

T.C.
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Grafik Anasanat Dalı

BİR DERGİNİN
GÖRSEL KİMLİK TASARIMINDA
BİÇİM VE İÇERİK İLİŞKİSİ AÇISINDAN
TIPOGRAFİNİN ÖNEMİ

Bahriye KARADUMAN

Danışman: Yrd. Doç. Yusuf Güven

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mersin, 2007

Önsöz

İletişimin ve görsel dilin tasarımı olarak tipografi, sözsözsel iletişimin biçimi olan yazıya ayrı bir işlevsellik katmıştır.

İletilmek istenen mesajın dili, tipografinin biçimsel yapısıyla nesnelleşmektedir. Biçimsel denge, düzen, uyum, anlaşılabilirlik, ritim, hareket, bütünlük, dokunabilme ilişkisiyle yaratılan tipografi, aktarılmak istenen bilgi ya da mesajı düşünsel ve duygusal anlamda var olan kavramları biçimsel yapı ile bir anlatım diline dönüştürmektedir. Anlatılmak istenene bağlı kalarak yaratılan tipografik dil, kendine ait bir ifadeye dönüştüğü noktada tasarıma kimlik kazandırır. Böylelikle tipografi, ait olduğu tasarımın görsel kimliğini yaratır. Tipografi geçmiş ve günümüzün grafik tasarım sürecinde sözel ve görsel iletişimin önemli bir parçası olarak devamlılığını korumaktadır. Bu nedenle mesaj iletmenin sayısız yollarından biri olan tipografinin, grafik tasarımın en önemli iletişim disiplininden biri haline gelmesi kaçınılmaz olmuştur.

Tipografinin grafik tasarım içindeki kullanım alanlarından biri de dergilerdir. Günümüzde dergi raflarında her tür ve içerikte dergiler görülmektedir. Benzer içerikli dergilerin yan yana geldiği raflarda, bir derginin kendine ait özelliklerini tanıtmaması ve okuyucuya benimsetmesi için kapak ve sayfa tasarımının da kendi biçimsel dilini yaratması önem kazanmaktadır. Tipografi dergilerin kapağından, iç sayfalarına kadar her yüzeyinde okuyucunun karşısına çıkan bir iletişim biçimidir. Bu nedenle ‘bir derginin görsel kimlik tasarımında en önemli görsel dil tipografidir’ denilebilir.

19 yüzyılda dergi, kapak ve sayfa düzenlemelerinde tipografinin de tasarıma dahil edilmesi ile görsel dilin gücünün arttığı keşfedilmiştir. Günümüzde ise tipografinin görsel kimlik yaratmadaki önemi daha fazla dikkate alınmaya çalışılmaktadır. Fakat, bir derginin görsel kimlik tasarımında tipografiye verilen önemin uygulamalarda yetersiz

olduğu görülmektedir. Bu tavrın dışında örnek dergilerle karşılaşılmasına karşın, görsel kimlik tasarımında tipografinin biçim ve içerik açısından öneminin belirlenmesi, bu tezin temel amacı olarak belirlenmiştir.

Bu tezin tamamlanmasında yardımcı olan danışman hocam Sayın Yrd. Doç. Yusuf Güven'e teşekkür ederim. Bana sağladıkları sonsuz manevi destek için de aileme teşekkür ederim.

Özet

Dergi tasarımında, okuyucunun öncelikle karşı karşıya kaldığı tipografik öğeler, derginin kapağında yer alan logo, sayı, yayım tarihi, farklı ülkelere göre belirlenen fiyat, ISBN numarası, o sayının içinde yer alan konuları tanımlayan başlıklardır. Ayrıca, logodan sayfa içi tasarımlarına kadar tipografi, iletişim aracı olarak bir dergi tasarımının her sayfasında varlık göstermektedir.

Derginin ismi, içindekiler sayfası, sayfa içi düzenlemeleri bir dergiyi meydana getiren genel yapıdır. Dergi tasarımında tipografi logodan başlayarak kapak ve iç sayfalara kadar devam etmektedir. Tipografi, dergi içinde iletişim ortamı yaratarak okuyucuyu yönlendirmektedir. Derginin içindekiler sayfası, derginin içeriği hakkında bir duyuru olarak düşünülebilir; bu sayfa, okuyucuya konuların ve her bölümün ne olduğu ve nerede olduğunu gösterir; okuyucuyu yönlendiren ve bilgilendiren bir bölümdür. Bu sayfalar numaralandırılarak sıralandırılır. Sayfa içinde okuyucuyu, yazının başlangıcına yöneltmek için yazının başlama biçimi, içeriğe bağlı kalınarak farklı yorumlanabilir. Dergi içinde bir yazının başlığı, içeriğini biçime taşıırken başka bir başlığın farklı biçim taşıması, okuyucuya farklı bir bölümle ve içerikle karşı karşıya kaldığı bilgisini iletebilmektedir.

Tipografi, dergi içinde okuyucunun her sayfada karşısına çıkan görsel bir biçimdir ve Okuyucuya hem bilgiyi hem de mesajı biçime dönüştürerek iletir. Tipografinin bu özelliği, bir derginin görsel kimlik tasarımına dönüştürmesinde yaşamsal bir öneme sahiptir. Okuyucu tipografi sayesinde neyi satın aldığını, neden satın aldığını tanımlayabilir. Bu da ürünün algılanabilirliğini ve işlevselliğini artırır.

Bütün bu bilgiler doğrultusunda tez, beş bölümden oluşturulmuştur. Tezin ilk bölümünde dünyada ve Türkiye’de ilk dergi yayımları ve dergi tasarımlarıyla başlayarak derginin tarihsel süreç içerisinde gelişimiyle günümüzde dergi tasarımı üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde görsel kimlik ve görsel kimliğin önemi incelenmiştir. Üçüncü bölümde dergi tasarımında görsel kimliğin önemi vurgulanmış ve dergilerde görsel kimliği oluşturan unsurlar hakkında belirleyici açıklamalara yer verilmiştir. Dördüncü bölüm, tipografide biçim ve içerik ilişkisinin önemli bir tasarım niteliği olarak ele alınmasının gerekliliği üzerine kuruludur. Son olarak beşinci bölümde ise, biçim ve içerik ilişkisi açısından tipografinin bir derginin görsel kimlik tasarımındaki önemine ilişkin bir uygulamayı içermektedir.

Anahtar Sözcükler: Grafik Tasarım, Dergi Tasarımı, Tipografi, Görsel Kimlik, Görsel Kimlik Tasarımı, Biçim ve İçerik, İletişim.

THE IMPORTANCE TYPOGRAPHY IN RELATION WITH THE FORM AND CONTENT OF THE VISUAL IDENTITY DESIGN OF A MAGAZINE

ABSTRACT

In magazine desing, terms such as; typographic elements, logo that is printed on the cover of magazine, number, publishing date, price that is fixed for different countries and ISBN number are topics of that magazine's definitions primarily readers face with. Additionally, typography prevails as a communicational tool from logo to iner pages layout in every pege of magazine designing.

The name of the magazine, contents page, page layouts are the main structure of the magazine. Typography goes all the way down from logo, cover to iner pages. Typography directs the reader by way of cropping up the communicational climate in the magazine. The contents page may be considered as an announcement on what the magazine contains and draws attention of the reader to each section showing them where they are and becomes a directive and informative section. The pages are put in succession whit pages numbers. The commencement form of the editorial, relying on the contents, could be viewed in a different way to direct the reader to be beginning of the editorial.

The title of an editorial in the magazine carries the contents into a form while each indiviual title carries another form and this one gives the information to the readers that they are facing another section.

Typography is a visual form in all pages of the magazine in this way, the reader faces. The information and message is conveyed to the reader in form. This feature might

transform the Typography into the visual identity design of the magazine. The reader will come up with the idea of what is bought for what reason.

This way the conceivability and functionality of the product will rise. Due to this reason Typography is instrumental and adds considerable value in visual identity design and defines the importance of carrying contents into forms.

In the line of these informations, the thesis consists of five sections. In the first section the very first magazine publishing and designing is represented in its historical duration until modern day magazine designing. In visual identity and its importance is examined in the second section. In the third section; the importance of the visual identity is emphasized in magazine designing and definitive explanations are made in relation to the elements that are making up the visual identity in magazines. The fourth section comprises of the form and contents link in Typography as an important designing quality and chemistry. Finally, in the fifth section, an exemplary study is submitted in terms of the importance of the visual identity design of Typography from the form and contents point of view.

Key words: Graphics Design, Magazine Design, Typography, Visual Identity, Visual Identity Design, Form and Content, Communication

İÇİNDEKİLER

Sayfa no.

Önsöz	i
Özet	iii
Örnek Listesi	x
GİRİŞ	1
I. BÖLÜM	
DERGİ TASARIMI	
I.1. İlk Dergi Yayınları ve Dergi Tasarımları.....	5
I.2. Dergi Tasarımının Gelişim Süreci	9
I.3. Günümüzde Dergi Tasarımı.....	33
I.4. Türkiye’de Dergi Tasarımı.....	38
II. BÖLÜM	
GÖRSEL KİMLİK	
II.1. Görsel Kimlik Nedir?	50
II.2. Görsel Kimliğin Önemi	52
III. BÖLÜM	
DERGİ TASARIMINDA GÖRSEL KİMLİK	
III.1. Dergi Tasarımında Görsel Kimliğin Önemi.....	55
III.2. Dergide Görsel Kimliği Oluşturan Unsurlar	60
III.2.1. Format (Boyutlar).....	60
III.2.2. Marka.....	62
III.2.3. Kapak.....	67

III.2.4. Sayfa Tasarımı	73
III.2.5. Tipografi	77

IV. BÖLÜM

TIPOGRAFİDE BİÇİM VE İÇERİK

IV.1. Biçim ve İçerik	85
IV.2. Tipografide Biçim ve İçerik	87

V. BÖLÜM

UYGULAMALAR

V.1. Blues ve Caz İçerikli Bir Derginin Görsel Kimlik Tasarımı

V.1.1. Blues ve Caz Müziği	98
V.1.2. Dergi Formatının (Boyutunun) Belirlenmesi.....	101
V.1.3. Dergi İsmi'nin Belirlenmesi.....	102
V.1.4. Dergi Logosunun Tasarımı	102
V.1.5. Dergi Kapağı Tasarımı	106
V.1.6. Dergi Sayfa Tasarımı	108

SONUÇ	123
-------------	-----

KAYNAKÇA	125
----------------	-----

ÖRNEK LİSTESİ

Örnek 1. <i>Royal American Magazine</i> (1774). Kapağı ve İç Sayfası	11
Örnek 2. <i>Godey's Lady's Book Dergisi</i> Sayfa Düzenlemesi.....	11
Örnek 3. <i>The Yellow Book Dergisi</i> (1894).Kapak Tasarımı	12
Örnek 4. <i>The Yellow Book Dergisi</i> (1894). Kapak Tasarımı	12
Örnek 5. <i>Ver Sacrum Dergisi</i> Kapak Tasarımı, (1898). Koloman Moser.....	13
Örnek 6. <i>Merz Dergisi</i> (1924). Kapak ve Sayfa Tasarımı,.....	15
Örnek 7. <i>Vogue Dergisi</i> (1939). Kapak Tasarımı, Salvador Dali	15
Örnek 8. <i>Bauhaus Dergisi</i> , (1928). Birinci Sayı Kapak Tasarımı	16
Örnek 9. <i>Vanity Fair Dergisi</i> (1929). Kapak Tasarımı	17
Örnek 10. <i>Portfolio Dergisi</i> (1929). Kapak Tasarımı	17
Örnek 11. <i>Portfolio Dergisi</i> (1951). Sayfa Tasarımı	18
Örnek 12. <i>Portfolio Dergisi</i> (1951). Sayfa Tasarımı	18
Örnek 13. <i>Harper's Bazaar</i> (1935). Sayfa Tasarımı.....	18
Örnek 14. <i>Harper's Bazaar</i> (1941). Sayfa Tasarımı.....	18
Örnek 15. <i>Harper's Bazaar</i> (1956). Kapak Tasarımı	18
Örnek 16. <i>Mccall's Dergisi</i> (1962). Sayfa Tasarımı	20
Örnek 17. <i>Mccall's Dergisi</i> (1959). Sayfa Tasarımı	20
Örnek 18. <i>Eros Dergisi</i> .Resimli Bir Makalenin Girişi	21
Örnek 19. <i>Eros Dergisi</i> . Sayfa Tasarımı	21
Örnek 20. <i>Avan Gard Dergisi</i> . Sayfa Tasarımı	21
Örnek 21. <i>Twen Dergisi</i> . Kapak Tasarımı	22
Örnek 22. <i>Twen Dergisi</i> . Karşılıklı İki Sayfanın Tasarımı	22

Örnek 23. <i>Twen Dergisi</i> . Kapak Tasarımı	22
Örnek 24. <u>Alfons Mucha</u> (1896). Job Sigara Kağıtları İçin Afiş	25
Örnek 25. <u>Alfons Mucha</u> (1890). Bir Resimleme	25
Örnek 26. Aubrey Beardsley (1893). Bir Resimleme	25
Örnek 27. <i>Oz Dergisi</i> (1967). Kapak Tasarımı	25
Örnek 28. <i>Oz Dergisi</i> (1967). Kapak Tasarımı	25
Örnek 29. <i>Rolling Stone Dergisi</i> (1967). İlk Sayı Kapağı	26
Örnek 30. <i>Rolling Stone Dergisi</i> (2006). Dergi Logosu	26
Örnek 31. <i>The Face Dergisi</i> (1983). Sayfa Tasarımı	28
Örnek 32. <i>The Face Dergisi</i> (1983). Sayfa Tasarımı	28
Örnek 33. <i>The Face Dergisi</i> (1983). Sayfa Tasarımı	28
Örnek 34. <i>The Face Dergisi</i> (1983). Sayfa Tasarımı	28
Örnek 35. <i>The Face Dergisi</i> (1983). Sayfa Tasarımı	28
Örnek 36. <i>The Face Dergisi</i> (1983). Sayfa Tasarımı	28
Örnek 37. <i>Emigre Dergisi</i> (1984). Kapak Tasarımı	30
Örnek 38. <i>Emigre Dergisi</i> (1984). Kapak Tasarımı	30
Örnek 39. <i>Emigre Dergisi</i> (1984). Sayfa Tasarımı	30
Örnek 40. <i>Suffer Dergisi</i> . Dergi Kapağı	32
Örnek 41. <i>Beach Culture</i> (1990). Dergi Kapağı	32
Örnek 42. <i>Beach Culture</i> (1990). Dergi Kapağı	32
Örnek 43. <i>Beach Culture Dergisi</i> (1990). İçindekiler Sayfası Tasarımı	32
Örnek 44. <i>Beach Culture Dergisi</i> (1990). İçindekiler Sayfası Tasarımı	32
Örnek 45. <i>Beach Culture Dergisi</i> (1991). Sayfa Tasarımı	32
Örnek 46. <i>Beach Culture Dergisi</i> (1990). Sayfa Tasarımı	32

Örnek 47. <i>Blur Dergisi</i> (1992). Kapak Ve Sayfa Tasarımı	35
Örnek 48. <i>Rolling Stone Dergisi</i> (2006). Sayfa Tasarımı	35
Örnek 49. <i>U&Ic Volume 20 Dergisi</i> (1993). Sayfa Tasarımı.....	36
Örnek 50. <i>Basatap Dergisi</i> (2005). Sayfa Tasarımı	36
Örnek 51. <i>U&Ic Volume 20 Dergisi</i> (1993). Sayfa Tasarımı	37
Örnek 52. <i>Dergi Kapakları</i> (2006). Kapak Tasarımları	38
Örnek 53. <i>Vakkayi-i Tıbbiye</i> (1849). Dergi Kapağı	39
Örnek 54. <i>Servet-i Fünun</i> (1870-1908). Sayfa Tasarımı	40
Örnek 55. <i>Resimli Ay</i> (1925). Kapak Tasarımı	41
Örnek 56. <i>Hayat Dergisi</i> (1956). Kapak Tasarımı	41
Örnek 57. <i>Yedigün Dergisi</i> (1933). Kapak Tasarımı	41
Örnek 58. <i>Kalem Dergisi</i> (1910). Kapak Tasarımı	42
Örnek 59. <i>Kalem Dergisi</i> (1927). Kapak Tasarımı	42
Örnek 60. <i>Yenilik Dergisi</i> (1955). Kapak Tasarımı	43
Örnek 61. <i>Arredamento Dergisi</i> (1992). Kapak Tasarımı	43
Örnek 62. <i>Kim Dergisi</i> (1961). Kapak Tasarımı	44
Örnek 63. <i>Time Dergisi</i> (1960). Kapak Tasarımı	44
Örnek 64. <i>Time Dergisi</i> (1958). Sayfa Tasarımı	44
Örnek 65. <i>Nar Dergisi</i> (1995). Kapak Tasarımı	45
Örnek 66. <i>Mecaz Dergisi</i> (2000). Kapak Tasarımı	45
Örnek 67. <i>Uç Dergisi</i> (1999). Kapak Tasarımı	45
Örnek 68. <i>Roll Dergisi</i> (2001). Kapak Tasarımı	45
Örnek 69. <i>Sanat Dünyamız Dergisi</i> (1974). Kapak Tasarımı	46
Örnek 70. <i>Sanat Dünyamız Dergisi</i> (1992). Kapak Tasarımı	46

Örnek 71. <i>Sanat Dünyamız Dergisi</i> (2006). Sayfa Tasarımı	46
Örnek 72. <i>Sanat Dünyamız Dergisi</i> (1992). Sayfa Tasarımı	46
Örnek 73. <i>Sanat Dünyamız Dergisi</i> (2006). Sayfa Tasarımı	46
Örnek 74. <i>Arredamento Mimarlık Dergisi</i> (2000). Kapak Tasarımı	47
Örnek 75. <i>Arredamento Mimarlık Dergisi</i> (1999). Kapak Tasarımı	47
Örnek 76. <i>Fol Dergisi</i> (1995). Kapak Tasarımı	48
Örnek 77. <i>Fol Dergisi</i> (1996-97). Kapak Tasarımları.....	48
Örnek 78. <i>Fol Dergisi</i> (1997). Sayfa Tasarımı	48
Örnek 79. <i>Oz Dergisi</i> (1970). Kapak Tasarımı	58
Örnek 80. <i>Oz Dergisi</i> (1967). Kapak Tasarımı	58
Örnek 81. <i>Oz Dergisi</i> (1970). Kapak Tasarımı	58
Örnek 82. <i>Normal Dergisi</i> (1987). Kapak Tasarımı	59
Örnek 83. <i>Normal Dergisi</i> (1987). Kapak Tasarımı	59
Örnek 84. <i>Time Dergisi</i> (2005). Kapak Tasarımı	64
Örnek 85. <i>National Geographic Dergisi</i> (2006) Logosu	65
Örnek 86. <i>National Geographic Dergisi</i> (2005). Kapak Tasarımı	65
Örnek 87. <i>The Town And Country Magazine</i> (1788) Kapak Tasarımı	69
Örnek 88. <i>The American Magazine</i> (1835). Kapak Tasarımı	69
Örnek 89. <i>Mcclure Dergisi</i> (1916). Kapak Tasarımı	70
Örnek 90. <i>Burda Dergisi</i> (2006). Kapak Tasarımı	70
Örnek 91. <i>Paper Dergisi</i> (1995). Kapak Tasarımı	72
Örnek 92. <i>Paper Dergisi</i> (1995). Kapak Tasarımı	72
Örnek 93. <i>Zeitung Dergisi</i> (1987). Kapak Tasarımı	72
Örnek 94. <i>Normal Dergisi</i> (1987). Kapak Tasarımı	72

Örnek 95. <i>Cages Dergisi</i> (1995). Kapak Tasarımı	72
Örnek 96. <i>Harber's Bazaar Dergisi</i> (1940-50). Kapak Ve Sayfa Tasarımı	76
Örnek 97. <i>The Face Dergisi</i> (1984). Sayfa Tasarımı	77
Örnek 98. <i>The Face Dergisi</i> (1984). Sayfa Tasarımı	77
Örnek 99. <i>The Face Dergisi</i> (1985). Sayfa Tasarımı	77
Örnek 100. <i>Blur Dergisi</i> (1992). Kapak Ve Sayfa Tasarımları	79
Örnek 101. <i>Ray Gun Dergisi</i> (1993). Kapak Tasarımı	81
Örnek 102. <i>Ray Gun Dergisi</i> (1993). Sayfa Tasarımı	82
Örnek 103. <i>Ray Gun Dergisi</i> (1993). Sayfa Tasarımı	82
Örnek 104. <i>Harper's Weekly</i> (1896). Kapak Tasarımı.....	89
Örnek 105. <i>Typogramlar</i> (1915) Bıf+Zf Plus18'den Bir Sayfa.....	92
Örnek 106. <i>Dada Merica</i> (1920). Fotomontaj	92
Örnek 107. <i>De- Stijl Dergisi</i> (1916). Kapak Tasarımı	92
Örnek 108. <i>Bahaus Sergi Afişi</i> (1923). Afiş	92
Örnek 109. <i>Zweek Dergisi</i> (1991). Sayfa Tasarımı.....	94
Örnek 110. <i>Sponge Dergisi</i> . Sayfa Tasarımı.....	94
Örnek 111. <i>Zweek Dergisi</i> (1994). Sayfa Tasarımı	94
Örnek 112. <i>The Sunday Times Dergisi</i> (1994). Sayfa Tasarımı	94
Örnek 113. <i>IBM Logosu</i>	94
Örnek 114. <i>The Journal Dergisi</i> (1985-87). Sayfa Tasarımı	95
Örnek 115. <i>The Journal Dergisi</i> (1985-87) .Sayfa Tasarımı	95
Örnek 116. <i>Gq Dergisi</i> . Sayfa Tasarımı.....	95
Örnek 117. <i>Rolling Stone Dergisi</i> (1990). Sayfa Tasarımı	95
Örnek 118. <i>Charles S.Yazı Karakteri</i>	103

Uygulama 1. Blue-zz Dergisinin Logo Tasarımı	105
Uygulama 2. Logonun Pozitif Tek Renk Uygulanması	105
Uygulama 3. Logonun Negatif Tek Renk Uygulanması	105
Uygulama 4. Blue-Zz Dergisinin Blues Bölümü İçin Kapak Tasarımı.....	107
Uygulama 5. Blue-Zz Dergisinin Jazz Bölümü İçin Kapak Tasarımı	108
Uygulama 6. Blue Blue-zz dergisinin blues bölümü editor sayfası tasarımı.....	109
Uygulama 7. Blue-zz dergisinin caz bölümü editor sayfası tasarımı	110
Uygulama 8. Blue-zz dergisinin blues bölümü için içindekiler sayfası tasarımı.....	113
Uygulama 9. Blue-zz dergisinin blues bölümünde yer alan tarihçe sayfası tasarımı	113
Uygulama 10. Blue-zz dergisinin blues bölümünde Buckwheat Zydeco' ya ait sayfa tasarımı	116
Uygulama 11. Blue-zz dergisinin blues bölümünde Buckwheat Zydeco' ya ait sayfa tasarımı	117
Uygulama 12. Blue-zz dergisinin blues bölümünde Buckwheat Zydeco' ya ait sayfa tasarımı	117
Uygulama 13. Blue-zz dergisinin jazz bölümü için içindekiler sayfası tasarımı	118
Uygulama 14. Blue-zz dergisinin jazz bölümü için içindekiler sayfası tasarımı	119
Uygulama 15. Blue-zz dergisinin jazz bölümü için Diana Krall için giriş sayfası tasarımı	122
Uygulama 16. Blue-zz dergisinin jazz bölümü için Diana Krall' ın makalesinin yer aldığı iç sayfa tasarımı	122

GİRİŞ

Grafik tasarım görsel dilini, belirli bir mesajı ya da bilgiyi problem olarak ele alıp çözümlemesiyle oluşturur. Amaç, belirlenen hedef kitleye en etkili ve uygun şekilde mesajı ya da bilgiyi iletebilmektir.

Kişi ya da kişilerin gereksinimleri, insan hayatında iletişimi zorunlu kılmıştır. “...çevre üzerinde etkin olmak, başkalarında davranış, tutum geliştirmek ve değiştirmek”¹ ya da belirli bir konu hakkında bilgilenmek ya da bilgilendirmek gibi amaçlar, iletişim yollarını belirlemektedir. İnsan bu iletişim ihtiyacını gidermek için birçok yol bulmuştur. İlk olarak resimle başlayan mesaj iletme yöntemi, yazı ile devam etmiştir. Yazı, insanların duygularını ve düşüncelerini biçimlerle netleştirebildikleri gösterge ve simgelerin devamında oluşturulmuştur. Yazı ve yazılı iletişimin bütün alanlarında kullanılan harf, sayı, sembol, çizgi ve noktalama işaretlerini kapsayan tipografi, mesajı bilgi olarak vermenin dışında görsel olarak da iletebilmektedir.

Tipografi, basılı alanda ilk olarak John Gutenberg’in metal harflerinin tanımlanmasında kullanılmasına karşın, bugün tipografi, sözlü ve görsel iletişimin önemli bir unsuru haline gelmiştir. Grafik tasarım, iletişimi kendi içinde önemli bir parça olarak barındırmaktadır. Bu bağlamda tipografinin grafik tasarım içinde belirli gereksinimlere göre görsel dilin bir unsuru olarak yer alması, kaçınılmaz olmuştur.

Tipografi “... harf, sözcük ve satırlarla ve boşluklama için gereksinen diğer öğelerle, belirlenmiş bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemeler”² olarak tanımlanmaktadır. Tipografiye işlevsellik kazandıran ise, iletilecek olan bilgi ya da mesajı taşıyan biçimlerin, doğru seçilmesi ya da yorumlanmasıdır. Tipografik tasarım “...inceden kalına, kısıdan uzuna doğru giden sayısız biçimsel oyun arasından yapılan doğru bir

¹ Zillioğlu, Merih. (2003) *İletişim Nedir?*, s. 13.

² Sarıkavak, Namık Kemal. (1997), *Tipografinin Temelleri*, s. 1.

seçimin yardımıyla metnin yorumlanıp düzenlenmesine dayanır.”³ Bu düzenleme, tasarım içinde görsel yapı olarak algılanan biçimi oluşturur. Biçim, içeriğiyle tasarımda anlam kazanır. Bir tasarımda biçim, hedef kitleyle karşı karşıya kalan görsel yapı olarak düşünülebilirse; içerik de o yapının aktardığı anlam ve düşünce olarak kabul edilebilir.

Tipografi sayesinde iletilmek istenen mesaj ya da bilgi, biçim kazanarak, problemin çözümünde kendine özgü bir anlatım diline ulaşır. Böylelikle içeriğin biçime dönüşmesi durumunda grafik ürünün özelliklerini, görsel olarak ifade etme imkanı sağladığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Tipografi, tasarıma kimlik kazandıran önemli bir tasarım elemanıdır. Seçilen yazı ve basılı malzemelerde yazının kullanımı tüm görsel ürün özelliğinin kimliğinde karakteristik bir nokta oluşturabilir; ayrıca, ürünün görsel kimliğini meydana getiren biçime de dönüşebilir. Görsel kimlik, bir ürünün niteliklerine bağlı kalınarak tasarlanır. Nasıl “bir ürünün toplam/genel ortaya çıkışı, görünümü, ambalajı, adı ve/veya markası, fonksiyonu ve kullanım kalitesi, fiyatı ve pazardaki konumlandırılması ...”⁴ ürün kimliği ise; ürünün özelliklerini kitleye ileten ve tanıtan da, ürünün görsel kimliğidir. Görsel kimlik aracılığıyla ürün, hedef kitle tarafından belirgin ve tutarlı bir şekilde tanımlanabilir.

Yazı ve tipografik elemanlar içerik ve görsel etkiye sahip tasarım öğeleri olması nedeniyle mesajı bilgi olarak vermenin yanında görsel olarak da iletebilir. Dergi tasarımında da tipografinin bu özelliği önem taşır. Derginin logosundan sayfa içi tasarımlarına kadar tipografi, iletişim aracı olarak bir dergi tasarımının her sayfasında varlık göstermektedir.

Dergi, görsel iletişim mecralarından biridir ve dergi bir kitle iletişim aracıdır. Farklı yerlerde yaşayan ama aynı düşünceyi taşıyan insanlar arasında iletişim sağlanması

³ George Jean, (2004) *Yazı İnsanlığın Belleği*, s. 141.

⁴ Doç. Dr. Ayla Okay, (2003) *Kurum Kimliği*, s. 56.

için kitle iletişim araçlarının yapı ve içerik özelliklerinden faydalanılmaktadır. “Toplumun oluşturan farklı sesler, gruplar ve çıkarlar, kendi kültürel kimliklerini toplumun daha geniş kesimlerine ifade ederek varlıklarını sürdürmek için; kitle iletişim araçlarının kanallarından, olanaklarından yararlanmak zorundadırlar.”⁵ Bu iletişim araçlarından biri olan dergiler de kitlelere ulaşabilen bir iletişim aracıdır.

Kitap ve gazeteler arasında geniş bir alanı dolduran dergiler, günümüzde biçim ve içerik açısından da değişik türlere (tıp, bilim, çocuk, genç, müzik gibi) ayrılmıştır. Baskı tekniklerinin gelişmesi, dergilerin hedef kitle özelliklerinin farklı olması ve içeriğin çeşitliliği sonucunda, görsel açıdan kapak ve sayfa düzenlemelerinde de birçok yeniliklerin, farklılıkların gerçekleşmesini kaçınılmaz kılmıştır. Bu farklılıklar ve yenilikler, ürün özelliklerine göre oluşturulan görsel kimlik tasarımları olarak adlandırılmaktadır. Derginin ismi, içindekiler sayfası, sayfa içi düzenlemeleri, bir dergiyi meydana getiren genel yapıdır. Tipografi de, dergi içinde iletişim ortamı yaratarak okuyucuyu yönlendirmektedir. Örneğin derginin ‘içindekiler’ sayfası, derginin içeriği hakkında bir duyuru alanı olarak düşünülebilir; bu sayfa okuyucuya konuların ve her bölümün ne olduğu ve nerede olduğunu gösterir. Okuyucuyu yönlendiren ve bilgilendiren bir bölümdür. Sayfa içinde okuyucuyu, yazının başlangıcına yönlendirmek için yazının başlama biçimi, içeriğe bağlı kalarak farklı yorumlanabilir. Dergi içinde bir yazının başlığı, içeriğini biçime taşıırken, başka bir başlığın farklı biçim taşıması, okuyucuya farklı bir bölümle ve içerikle karşı karşıya kaldığı bilgisini iletebilmektedir. Tipografi, dergi içinde okuyucunun her sayfada karşısına çıkan görsel bir biçimdir. Okuyucuya bilgi ve mesajı, biçime dönüştürerek iletir. Bu özellik tipografiyi, bir derginin görsel kimlik tasarımına dönüştürebilmektedir. Okuyucu tipografi sayesinde neyi, neden satın aldığını

⁵ Türkoğlu, Nurçay. (2004) “*Toplumsal İletişim: İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Tanımlar Kavramlar Tartışmalar*”, s. 72.

tanımlayabilir. Bu da ürünün algılanabilirliğini ve işlevselliğini artırır. Bu nedenle; tipografinin bir derginin görsel kimlik tasarımında öneminin belirlenmesi, içeriğin biçime tipografiyle taşınması, etkili görsel kimlik tasarımının oluşumu için kaçınılmazdır.

Dergi tasarımında kullanılan görsel öğelerden biri olan tipografinin, hem biçimsel özellikleri, hem de düzenlemeleri ile bir derginin niteliklerini ve içeriğini yansıtmada olduğu kadar, hedef kitlesinde akılda kalıcılığının sağlanmasındaki öneminin saptanması, tezimizin temel amacıdır. Bu amaçla; bir dergi tasarımında tipografinin hem sözel, hem görsel olarak okuyucuyla iletişim kurmakta olduğu; mesajı taşıyan diğer görsel biçimler kadar görsel kimlik tasarımındaki biçim ve içerik ilişkisi açısından önemi de vurgulanmış olacaktır.

I. BÖLÜM

DERGİ TASARIMI

I.1. İlk Dergi Yayınları ve Dergi Tasarımları

Tarihsel olarak el yazmasından kitapçığa kadar yerini alan dergiler, gerçek anlamda ilk olarak batıda basım tekniklerinin gelişmesiyle ortaya çıkmıştır. Bilimsel gelişmeleri yayma ve tartışma ortamı yaratmak amacıyla çıkarılan dergiler, zamanla farklı alanlarla ilgili yazılar da içermeye başlamıştır.

”Dünyanın ilk dergisi sayılan *Erbauliche Monaths-Unterredungen (Edifying Monthly Discussions)* dergisi 1663 yılında Almanya’da yayınlanmıştır.”⁶ Kısa bir süre sonra ise Avrupa ülkelerinde benzer yayınlar da çıkmıştır. Bilimsel içerikli bu dergiler, farklı alanlarla ilgili yazılar da içermekteydi. Bu dönemde düzenli kitap kataloglarına eklenen eleştiri yazıları ile edebiyat dergilerine yönelik ilk adımlar atılmaya başlanmıştır. 1672 de ise insanları daha çok eğlendirme, meraklarını gidermeye yönelik hafif dergiler de çıkmış ve kısa sürede okurun ilgisini çekmiştir.

18. yüzyıla kadar, bilim ve edebiyat alanında yayınlanan dergilerin yanı sıra, eğlendiren ve hobi alanlarına yönelik -günümüzde de benzerleri olan- dergiler yayınlanmıştır. Fakat bu dönemde baskı tekniklerinin yetersizliği ve okur-yazar oranındaki düşüklük, dergilerin çok fazla gelişme gösterememesine neden olmuştur.

18. yüzyılda okur-yazar oranının ve yeni düşüncelere karşı merakın artması, dergiciliği geliştirmiştir. İngiltere’de okuyucuları aydınlatmaya ve yönlendirmeye yönelik “*Rewiew (1704-1713), The Tatler (1709-1711), The Spectator (1711-12, 1714)*”⁷ gibi kısa aralıklarla yayınlanan dergiler, büyük bir etki yaratmıştır. Daha sonra yayınlanan dergiler

⁶ <http://www.infoplease.com/ipea/A0154485.html> (2006)

⁷ Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 12. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

edebiyat ve siyasi ağırlıklı dergilerdir. Avrupa ülkelerinde ise edebiyat dergileri ağırlık kazanmıştır. “Almanya’da ise daha çok edebiyat dergileri: *Allegemeine Literatur-zeitung* (1785-1849), *Schiller’in Die Horen’i* (1795-97) ve Goethe’nin çıkarttığı *Propylaen’i* (1798-1800)”⁸ gibi dergilerin yanısıra; “Amerika’da da eğlendirmeye dönük yerel yayınlar düzeyinde gelişen dergilerin en önemlileri American Museum (1787-92) ve New -York Magazine”⁹ olmuştur. Bu dergilerin tür ve içerik olarak çeşitlilik göstermesi eğiticilik içerikli dergilerin yanında eğlendirmeye yönelik konuların da işlenmesini sağlamıştır.

Sanayi devriminden sonraki dönemde dergiler, hem içerik hem de tasarım olarak gelişme göstermiştir. 19. yüzyılda kentli nüfusun artmasıyla beraber okur-yazar oranının da yükselmesi yazılı basının gelişmesine ve okur kitlesinin oluşmasına neden olmuştur. Basılan gazete, dergi sayısı ve türlerinde de artış görülmüştür. “...dergi, gazete ve diğer süreli yayınlardaki artış, okuma yazma öğrenip de eğitimce eksik kalan kitlelerin artan ilgisi, kentleşme ve sanayinin diğer etkileri nedeniyle devam etmiştir.”¹⁰ Değişen dönemle beraber yaşam koşullarındaki değişiklik yeni yaşam biçimleri ve buna bağlı olarak boş zamanların oluşması, özel zevklere verilen özen, gelişmiş toplumlarda dergi yayıncılığına verilen önemi de artırmıştır. Dergilerin okuyucu ve baskı sayısı, hedef kitlelerine göre farklılıklar göstermektedir. Ayrıca dergilerin konuları ve ulaştıkları kitlelerin genişlemesi açısından belirli ürünlerin tanıtılmasına elverişli bir ortam yaratması, reklamcılık sektörünün bu alana ilgi göstermesine neden olmuştur. İlgi çekmek için dergilerde çarpıcı görüntüler sunma çabası, sayfa düzenlemelerinde de yeni biçim arayışına ortam hazırlamıştır. Yaşam biçimindeki değişiklikler, aile kavramının geçirdiği değişim ve gençlerin beklentileri derginin çeşidini ve okuyucu sayısını arttırmıştır. Daha çok insanın

⁸ Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 12.

⁹ Ana Britannica, (1987) Cilt VIII, s. 162.

¹⁰Yazıcı, İsmet. (2003) *Kitle İletişiminde İmaj*, s.112.

ilgi alanlarına seslenmeyi amaçlayan çocuk, edebiyat, aile, mutfak ve modayı kapsayan kadın dergileri yayımlanmıştır. Bunlar *Harper's Bazaar*(1867, 1829 'dan sonra Harper's Bazaar) ve *Vogue* (1892) gibi dergilerdir. İngiltere'de *The Edinburgh Review* (1802-1929), *Quarterly Review*(1809-1967), *Spectator* (1828), *Saturday Review*(1855-1938) gibi dergilerde aynı dönemlerde güncel sorunların ele alındığı edebiyat ve düşün alanıyla ilgilidir. İngiliz yaşamını alaycı bir yaklaşımla ele alan *Punc* (1841), yayım dünyasında seçkin bir yer edinmiştir. Fransa'da düşün yaşamında iz bırakan iki rakip dergi olan *Revue des Deux Mondes* ve *La Revue de Paris* 1829'da yayım hayatına girmiştir.

Günümüzde var olan birçok dergi bu dönemlerde yayım hayatına girmiştir. İlk erkek dergisi olan *Esquire* 1933 yılında yayımlanmıştır. *Billboard* dergisi "...1 Kasım 1894'te ilk sayısını yayımlamıştır..."¹¹ Günümüzde de yayımlanmaya devam eden *Billboard*, dünyaca ünlü bir müzik dergisidir. Bu yüzyılda dergiler için en önemli gelişme; kağıt üretimi ile baskı teknolojisinin gelişimi, maliyeti ve dolayısıyla dergi fiyatındaki azalmadır. Bu durum dergi satışında artışı sağlamıştır. Ayrıca kitlesele boyutta yayınlanan dergilerde reklamlar da yer almaya başlamıştır.

Yirminci yüzyılla beraber toplumun hareketli yaşamı, bilgi edinme amacına uyan yeni dergi türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunlara ilk örnek olabilecek dergi ise, haber niteliğindeki *Amerikan Time* (1923) dergisidir.

Birinci dünya savaşından sonra hızlı bir siyasal ve toplumsal değişim yaşanmıştır. Bu durum Asya, Afrika, Güney Amerika ülkelerinde - ABD ve Avrupa'da olduğu gibi - değişik alanlarda da birçok derginin yayım hayatına girmesine neden olmuştur.

¹¹ http://www.billboard.com/bbcom/about_us/bbhistory.jsp(2006)

“Renkli baskıdan sonra, 1923’te 35mm. Leica taşınabilir fotoğraf makinesinin icadıyla haber dergiciliği büyük değer kazandı. Life (1936-1972, 1978) büyük fotoğrafları ile hemen her Amerikalının evine girdi”¹² Yüksek tirajlara ulaşan dergiler, maliyetlerini karşılamak için giderek reklam gelirlerine ağırlık vermeye başladı. Reklam ajanslarının etkileyici görüntüler sunma çabası, dergi tasarımına verilen önemi artırmış ve sayfa düzenlemelerinde farklı biçim arayışlarına yöneltmiştir.

1905 yılında *National Geographic* dergisinde fotoğrafların yer almasına karar verilmiştir. Dergilerin fotogravür tekniği ve silindir baskı sistemiyle basıldığı dönem olan 1910 yılında *National Geographic Magazine* ilk kez sayfalarında renkli fotoğraflara yer vermiştir. 1913 yılında tasarımcı Dr.Mehemed Fehmy Agha, *Harper’s Bazaar* dergisinde fotoğraf görüntülerine yer vererek ve fotoğrafla yazıyı bir tasarım elemanı olarak kullanmasıyla dergi tasarımına yeni bir yaklaşım getirmiştir. Günümüzde fotoğraf gerçekçi ve kurgusal gücü ile dergi sayfalarının görsel elemanı olarak önemli bir yere sahiptir. 1951 yılında ise tasarımcı Alexey Brodovich, *Harper’s Bazaar* dergisinin sayfa tasarımında büyük boş alanlar ve keskin hatlara sahip harf karakterleri kullanarak ve metinlerle diğer görsel elemanlar arasında ritimsel bir düzenleme yaparak sayfa tasarımına yeni bir yaklaşım getirmiştir.

Farklı meslek grupları ve ilgi alanlarına seslenebilen farklı tarzda dergiler de yayımlanmıştır. Belirli kitlelere seslenen dergiler reklam verenler ve reklam ajansları için de önemli bir mecra olmuştur. Gelişen ve gücünü git gide artıran iletişim ortamları, beraberinde dergi tasarımının önemini de artırmıştır. Bu yoğunluk arasında dergiler, artık kendi kimliklerini konumlandırmak, bakış açılarını ve içeriklerini belirlemek ve görsel olarak da bir kimlik yaratmak durumunda kalmışlardır. Çeşitlilik arasında kalan dergilerin

¹² Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s.13. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

kendi alanlarında farklılaşması için kimliklerini oluşturma gereksinimi, sayfa üzerinde kullanılan her görsel öğeyi (fotoğraf, resimleme, yazı gibi) önemli bir unsur haline getirmiştir.

I.2. Dergi Tasarımının Gelişim Süreci

Zaman ve uzaklık engelini aşamayan konuşma dili, binlerce yıl boyunca insanların düşüncelerinin de bu engelleri aşamamasına neden olmuştur. Yüz yüze iletişim kurmanın güç olduğu noktada insanlara ulaşabilmek için sözlerin kalıcı hale gelmesi önemliydi. İlk kayıtlı belgeler, taş üzerine aktarılmıştı. Süreç içinde kitapla devam eden bu bilgi aktarımı, el yazması tekniğinin kullanılması nedeniyle uzun ve zahmetli bir iş haline gelmiştir. Baskı tekniklerinin gelişimiyle beraber bilginin, haberin insanlara rahatlıkla ulaştırılabilme olanağı sağlanmıştır.

İletişim insan yaşamının ayrılmaz bir parçasıdır. Davranışlar, düşünceler ve ilişkiler isteyerek ya da istemeyerek iletişim halindedir ve iletişimle ilgilidir. İletişim söz konusu olduğunda ilk akla gelen insanla kurulan iletişimdir. Bu belirli amaçlarla bir arada ya da ayrı yerlerde bulunan insanlarla kurulan iletişim de olabilmektedir. İletişim için oluşturulan kodlar, kitlenin sosyal, psikolojik ve değişmeyen kurallarına uygun olarak düzenlenir. Kitleyle iletişim kurmada en önemli unsur, kullanılan iletişim kanallarıdır. Bu kanallar, kodlanan iletilerin hedef kitleye ulaşmasını sağlayan ses, görüntü, resim gibi unsurları taşıyan araçlardır. Bu kanallardan biri sayılan dergiler, kitle iletişimi için önemli bir yere sahiptir. Bilgilerin veya sembollerin belirli amaçlara göre hedef kitleye iletilmesi ve onlar tarafından algılanarak yorumlanması süreci, kitle iletişiminde yer alan ve basılı yayınlardan biri olan dergiler için de geçerli bir süreçtir. Dergiler, ortak amaçlar ve ilgi alanlarına yönelik farklı sesler ve grupların kendilerini ifade ederek, daha geniş kesimlere

ulaşabilmelerinde önemli bir araçtır. “İletiler, kitle iletişim aracının türüne göre kodlanır; neyi nasıl söylediklerine göre tanımlanır; nasıl açımlandığına göre de algılanır.”¹³ Hedef kitleyle kurulacak iletişime biçim verilirken kitle özelliklerinin yanında iletişim kanalının da özellikleri dikkate alınmalıdır.

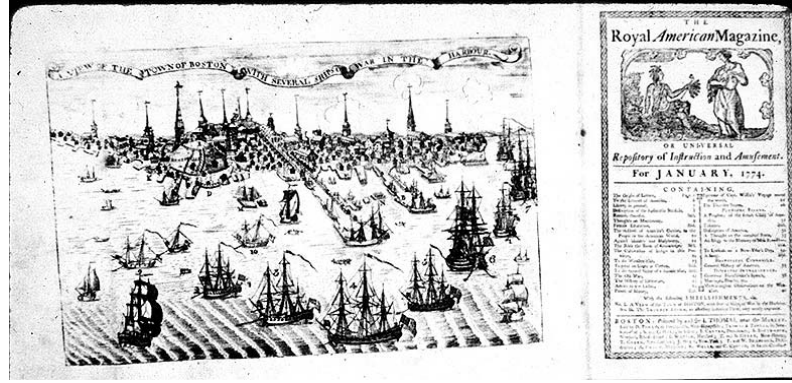
Dergi el yazmasından baskıya geçilmesiyle kitaptan sonra yerini alan bir yayındır. Zamanla baskı tekniklerinin gelişmesiyle beraber kendine bir yer oluşturarak ve biçim-içerik olarak da çeşitli ilgi alanlarına da yayılarak gelişimini sürdürmüştür; süresi açısından gazeteden uzun, kitaptan kısa bir yayın olmasıyla kabul görmüştür. İlk dergiler, kitaplar örnek alınarak hazırlanmıştır. Başlıklar kitapların bölüm başlıkları gibi, yazı resimden ayrı olarak ya da resim ortada yazı resmin sağında ve solunda sütunlar olarak kullanılmıştır.

Dergi sayfalarında resimlemeler vazgeçilmez bir unsurdu. Fakat basım tekniklerinin gelişmemiş olması resimli baskıları zahmetli bir iş haline getiriyordu. Sayfada yer alan resimlemeler, ilk olarak tahta kalıplarla basılabilmekteydi. Bu nedenle baskı aşaması zaman alan ve zahmetli bir işti.

Amerikan dergi yayıncılığının ilk döneminde, görsel yaratıcılık teknolojiyle sınırlıydı. Harf kalıpları pres ve kağıt İngiltere’den ithal ediliyordu. Genelde, baskı ve illüstrasyonların röprodüksiyonu kötü kalite idi. Sonuçta, metal baskı yerine, ağaç baskı ile çoğaltılıyordu. Royal American Magazine, Amerikan yayıncılığının düzenli illüstrasyon kullanan ilk dergisi oldu. Toplam 15 sayıda, 22 kazıma illüstrasyon yayımladı. Bunlar içinde, Paul Revere’nin politik resimlemeleri kayda değerdir. Royal American Magazine, illüstrasyonun, bir derginin tamamlayıcı elemanı olarak kullanılmasının başlangıcını işaret eder.¹⁴(**örnek 1**)

¹³ Yılmaz, M. Kemal, Tutar, Yrd. Doç. Dr. Hasan. (2002) *Genel iletişim*, s. 215.

¹⁴ Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 14 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)



Örnek 1: *Royal American Magazine* (1774) Boston

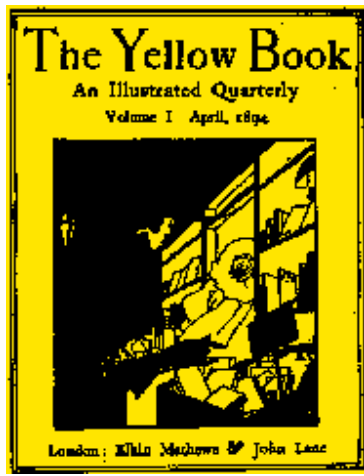
1839-1898 yıllarında yayınlanan “Godey’s Lady’s Book Amerika Birleşik Devletlerinde 150.000 baskı sayısı ile başarı elde eden, okuyucu sayısı ise yaklaşık olarak bir milyona ulaşan bir kadın dergisiydi.”¹⁵ Bu derginin basımında gravür tekniği uygulanmaktaydı (Örnek 2). Resimlemelerini tahta baskı sistemi ile basabilen ise *Illustrated London News* (1842) dergisidir. *Illustrated London News* isimli haber dergisinden sonra birçok haber dergisi de yayın hayatına başlamıştır. Bunlardan en önemlisi belgesel fotoğrafçılığın ilk belirtilerini taşıyan *Harper’s Weekly* dergisidir.



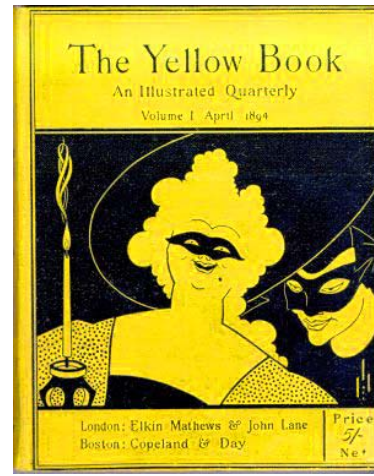
Örnek 2: *Godey’s Lady’s Book Dergisi* sayfa düzenlemesi

¹⁵ (6 Eylül 2006) www.uttyl.edu/vbetts/godey_intro.htm

Sanayi devrimi baskı tekniklerindeki gelişimi önemli ölçüde etkilemiştir. Artık daha önceki uzun olan basım süresi kısalmış ve daha kısa sürede daha çok baskı yapma olanağı doğmuştur. Dergi tasarımı, endüstri devrimi sonrası Arts&Crafts hareketiyle beraber ortaya çıkmıştır. 1894'te çıkan *The Yellow Book* dergisinin sanat yönetmeni olan Aubrey Beardsley şok etkisi yaratan hayali ve egzotik bir yaklaşımla tasarımlarını oluşturmuştur. "... bir yazın ve sanat dergisi olan *The Yellow Book*, açık sarı renkteki kapağı ile, Londra'da yenilik ve ahlaka aykırılığın sembolü olmuştur."¹⁶ (Örnek 3-4)



Örnek 3: *The Yellow Book* (1894) Dergi Kapağı



Örnek 4: *The Yellow Book* (1894) Dergi Kapağı,

Alışılmış kurallar bu derginin tasarımında yok sayılarak tipografik tasarıma özgür bir anlatım getirilmiştir. Yazının tasarım alanına yerleştirilmesi ve bütün harfleri aynı boyda kullanımıyla tipografi bir tasarım elamanı olarak yer almıştır.

Bir derginin kendine ait özelliklerini tasarıma yansıtmasıyla başlayan yaklaşım 1898'den 1903'e kadar süren yayın hayatına sahip *Ver Sacrum* (Kutsal İlkbahar) isimli dergiyle devam etmiştir (Örnek 5). Dergi 28x28,5cm. gibi farklı kare formatı, sayfaların metin, resimleme ve bordürler arasında bütünlük içerisinde tasarlanması ve daha önce uygulanmayan beyaz alan kullanımı dergiye ayrı bir özellik katmıştır. Bu dönemde

¹⁶ Bektaş, Dilek. (1992) Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi, s. 25.

dergilerin kendilerini farklı biçimsel yapıyla göstermek için, her görsel unsurunu tasarım elemanı olarak kullanmaya başladığı söylenebilir.



Örnek 5: *Ver Sacrum* (1898) Dergisi Kapağı, Koloman Moser,

Peter Behrens tarafından tasarlanan *Die Insel* adlı yazın dergisi tek tip tipografik sayfa düzenlemesiyle derginin bütün yapısını kapsayan ve diğer sayılarında bunu koruyan ilk dergi olmuştur.

19. yüzyılda gelişen teknoloji ve değişen hayat tarzı ile birlikte dergiler de yaygınlaşmaya ve daha çok okuyucu kitlesine ulaşmaya başlamıştır. “Gazete ve dergilerin düzenli ve sürekli bir bilgi haber akışı sağlaması bir gündelik alışkanlık yarattı. Ticari bir araç haline gelen enformasyon içeriği, bir kamusal alan işlevi görmeye başladı.”¹⁷ Bu süreç içerisinde baskı tekniklerinin yarattığı olanaklar dergileri ve dolayısıyla dergi sayfalarının tasarımlarını da etkilemiştir.

1920’li yıllardan sonra dergilerde konular güncel olmasına karşın, gazeteden farklı biçimde ele alınmaktaydı. Dergilerde yazılar sadece anlatımsal özellikte değillerdi. Betimlemeler, öyküler ve yorumlarla zenginleşmekte ayrıca zaman içerisinde görsel

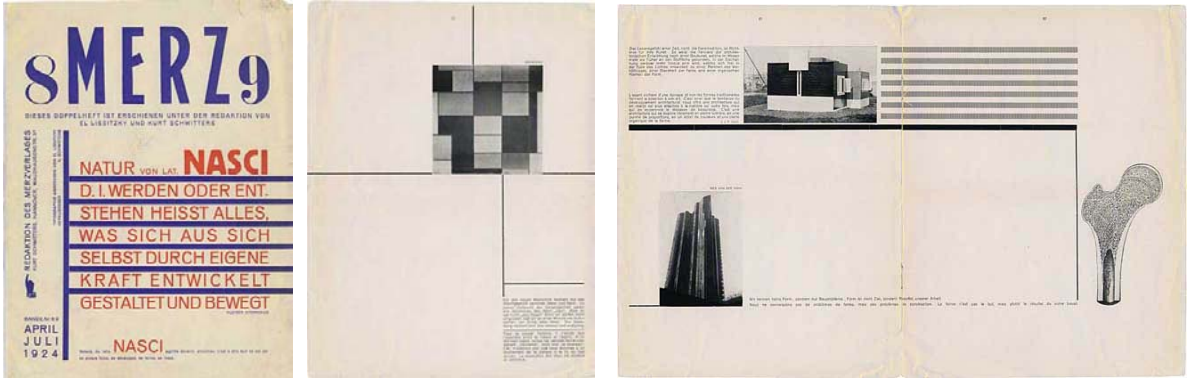
¹⁷ Türkoğlu, Nurçay. (2004) *Toplumsal İletişim: İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Tanımlar Kavramlar Tartışmalar*, s. 69.

öğelerden biri olarak fotoğraf, derginin sayfalarında yer almıştır; bu durum tasarıma yeni soluk getirmiştir. Bu bağlamda “ilk modern dergi olarak çıkan yayın, İngiltere de yayınlanan The Gentleman's Magazine'dir”¹⁸

19. yüzyılda sanat akımı ve hareketler birçok alan gibi (mimari, müzik gibi) grafik tasarıma da yeni yaklaşımlar getirmiştir. Dolayısıyla dergi tasarımı da bu etki altında kalmıştır. Kübizmle nesnelerin özüne inilmiş, figürler, nesnelere geometrik yapılara dönüştürülüp soyutlanmış ve ayrıca nesnelere, figürler aynı anda birçok açıdan iki boyutlu yüzeyde verilmiştir. İnsan figürlerinin ve nesnelerin basit sembollerle biçimlenmesinin etkileri de görülmektedir. Fütürizmle dergi tasarımına gelen dinamik tarzda tasarım anlayışı, beraberinde tipografinin de tasarım alanında görsel bir eleman olarak kullanılması sağlanmıştır. Ayrıca tipografi sadece yazı değil, resimsel anlatımın bir parçası haline gelmiştir. Tasarım adına var olan her anlayışı reddeden Dadaizm ise, dergi tasarımına kolaj ve fotomontaj tekniğini getirmiştir. Dada hareketinde her görsel unsuru anlamsal içeriğinden uzaklaştırarak, görsel gücünü artırmak amaçlanmıştır. Bu hareketle biçimin içeriğin önüne geçtiği söylenebilir. Dada hareketine göre görsel unsurların hepsi görsel anlatımın biçim dilidir ve içerikten daha da önemlidir. Dada hareketinin yaklaşımı, dergisi olan *Merz*'de uygulanmıştır (**Örnek 6**).

Biçim dilinden çok konuya ve konunun etkisine önem veren Sürrealizm'in iki boyutlu sayfalara derinlik izlenimi veren görüntüleri de birçok tasarım alanını (afiş, dergi kapakları, kitaplar gibi) etkilemiştir (**Örnek 7**).

¹⁸ <http://www.infoplease.com/ipea/A0154485.html> (2006)



Örnek 6: *Merz Dergisi* (1924) Kapak ve Sayfa Tasarımı

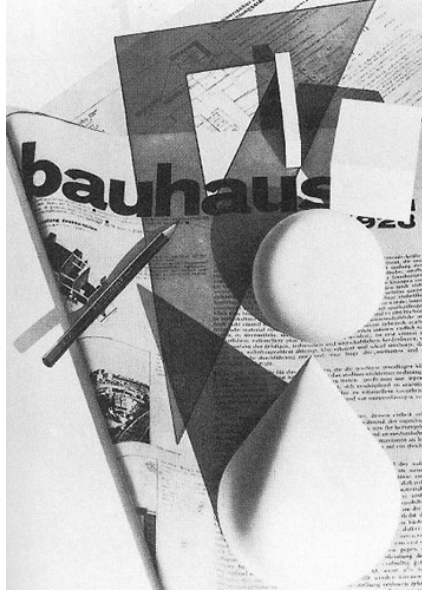


Örnek 7: *Vogue Dergisi*(1939) Kapağı, Salvador Dali,

“Bauhaus’ un savunduğu kuramlar kimi zaman “İşlevselcilik”(Fonksiyonalizm) sloganı ile özetlenir. Buna göre eğer bir şey amacına uygun tasarlanırsa, güzellik kendiliğinden gelecektir”¹⁹ Bu slogana göre işlevselliğin ön planda olması tasarımı basitleştirme ve birbirini tekrar eden ve dikkat çekmeyen bir tasarım diline dönüşme tehlikesi yaratmaktadır. Nitekim işlevsel olmayan her unsur red edilse de Laszso Moholy-Nagy ve Herbert Matter’le birlikte yeni tasarım tarzları oluşturulmuştur. Özellikle dergi

¹⁹Gombrich, E.H. (2002) *Sanatın öyküsü*, s.560.

tasarımında dergiyi mimari bir bütün olarak ele almışlardır. Herbert Bayer, sayfa düzenlemesine getirdiği hayali ‘grid’ sistemi ile yazı, fotoğraf ve resimleri bir biriyle aynı sütun genişliğinde tutarak, her unsur arasında etkileşim yaratmış ve sayfa tasarımına birlik getirmiştir. Bu sistem dergi sayfalarında da uygulanmıştır. Böylelikle dergide biçim olarak birlik oluşturulmuş ve her sayıda aynı düzen yaratılmıştır (**Örnek 8**).



Örnek 8
Bauhaus (1928) Herbert Bayer

Avrupa'nın modern tasarım diliyle Amerika'nın özelliklerinin birleşmesi 20. yüzyılda oluşan Amerikan Grafik Tasarımı'nın gelişmesinde büyük bir öneme sahiptir. Modern anlamda yetişmiş ve Amerika'nın bir çok dergisinin tasarımını etkileyen tasarımcılardan biri Mehemed Fehmy Agha' dır. “Dr. Mehemed Fehmy Agha tırnaksız düz yazı karakterlerini iki rengin tonlarını, tamamen renkli fotoğraflar ve sayfa kenarlarında boşluk bırakmadan şekilleri kullanan ilk tasarımcıdır.” ²⁰(**Örnek 9**) Ayrıca “başlık puntosunu küçülterek, boşluk içinde küçük punto ile yazılmış bir başlığın daha etkili olabileceğini gösterdi. Böylece boşluğu da dergi tasarımında grafik eleman olarak kullanmış

²⁰ <http://design.rit.edu/biographies/agma.html>(2006)

oldu.”²¹ Resim ve metin arasında sade bir ilişki kurarak, yazının devam ediş biçimine göre, sayfa üzerinde resimleri birbiri ardına düzenlemiştir.



Örnek 9
Vanity Fair Dergisi Kapağı (1929)
Dr. Mehemed Fehmy Agha

Derginin sayfa tasarımında büyük boş alanlar bırakmak, tırnaksız keskin kenarlı harf karakterlerinin kullanılması ve sayfa üzerinde yer alan her unsuru (metin, resim, fotoğraf gibi.) müzikal bir duygu izlenimi yaratma amacıyla düzenleme yapan tasarımcı Alexey Brodovich’in tasarım anlayışı, yeni bir yaklaşım olarak kabul edilmiştir. “büyük resimler, alanın dinamik biçimde kullanılması ve aralara serpiştirilen renkli ve dokulu kağıtlar, dergiye yepyeni bir hava getirmiştir.”²² (**örnek 10**)



Örnek 10
Portfolio dergisinin kapağı
Alexey Brodovich
1929

²¹ Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 18. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

²² Bektaş, Dilek. (1992) *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*, s. 110.



Örnek 11
Portfolio Dergisi (1951) sayfa tasarımı
Alexey Brodovich

Örnek 12
Portfolio Dergisi (1951) sayfa tasarımı,
Alexey Brodovich



Örnek 13
Harper's Bazaar (1935)
Alexey Brodovich

Örnek 14
Harper's Bazaar (1941)
Alexey Brodovich

Örnek 15
Bazaar Magazine (1956)
Alexey Brodovich

Sayfa düzenlemesinde fotoğrafın ve yazının kullanımına dair neredeyse devrim sayılabilecek bu özellikler o döneme ait dergilerde(Örnek 11-12-13-14-15) görülmektedir. Yan yana gelen sayfalardaki düzenlemelerde yazı ve görsel her unsur birbiriyle etkileşim içindedir. Fotoğrafların dekupe (bir objenin etrafı yokmuş gibi temizlenmesi) edilerek kullanılması sayfa tasarımına canlılık ve hareket kazandırmıştır. Sayfa üzerindeki görsel unsurlarda oluşturulan tekrarlar, fotoğraftaki figürlerin hareketinin yansımaları sayılabilecek

olan yazının yerleşim biçimi, sayfa tasarımına çağdaş bir görünüm kazandırmıştır. “Brodovitch, sayfa tasarımına gerçek bir soluk getirdi. Çalışmalarında, kompozisyonun ve tasarıma nefes aldırın boşlukların önemini ve bunların yarattığı estetiği ön plana çıkardı. Tasarımlarıyla yeni bir çağ açmasının en önemli nedeni de buydu.”²³ Tasarımı Alexey Brodovich’e ait olan *Harper’s Bazaar*, bir moda dergisiydi ve görselliğin bir moda dergisi için çok önemli olması, sayfa üzerinde her görsel unsurun nasıl kullanılacağını da doğrudan etkilemiştir. Yani dergi içeriği ve hedefleri sadece o dergiye aittir. Tanımlayıcı nitelikler doğrultusunda hazırlanan tasarım dergiye kimlik kazandırmaktadır. Tasarımı oluştururken derginin felsefesi ve dergiyi oluşturan içeriğin tümünü biçime taşımadaki önemin fark edilmesi –dergi açısından- görsel kimliğin önemini artırmıştır.

II. Dünya savaşının yaşandığı yıllarda, Avrupa’da yavaşlamaya başlayan dergicilik, Amerika’da giderek en parlak dönemini geçirmekteydi. Bu durum ekonomik krizin reklamcılığa ve dergilere yansıdığı dönem olan 1970’lere kadar sürmüştür.

Amerikan Grafik Tasarımı’na, Modernizm’i uyarlayan tasarımcı Poul Rand, hazırladığı dergi tasarımlarıyla Amerika’nın yayın tasarımı geleneklerini yıkmıştır. “Modern hareketi çok iyi kavrayan Rand, özellikle Klee, Kandinsky ve Kübistlerin yapıtlarını inceleyerek yeni biçimler yaratmanın hem sembolik olarak hem de ifade bakımından iletişim için görsel bir araç olabileceğini anlamıştır. Görsel elemanları (biçim, renk, alan, çizgi) yerinde kullanma, iletişim konusunun içeriğini başarılı bir biçimde analiz etme, konuyu sıkıcı ve kuru biçime dönüştürmeden sembolik bir öze indirgeyebilme...”²⁴ Poul Rand’ın tasarımlarına ilişkin en önemli özelliklerdir.

Zamanla, dergi tasarımında devam eden anlayış, gelişme göstermekte tasarımcıların dergi sayfalarında farklı ve denenmemiş tarzlarını uygulayabildikleri bir alana

²³ http://photoshopmagazin.com/general/content_details.asp?contID=1232&cN=16,(2006)

²⁴ Bektaş, Dilek. (1992) *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*, s. 140

dönüşmektedir. Sayfa üzerindeki her görsel unsur bir biriyle bütünleştirilmektedir. Dergi sayfasında olan her unsurun metin, tipografi ve tasarımın ayrılmaz bir bütün olduğu felsefesini savunan tasarımcı Otto Storch, bu anlayışıyla dergi tasarımlarında da etkili olmuştur. Yan yana gelen sayfalarda silme (sayfadan taşan) fotoğraflar kullanarak yazıları daha önce belirlenen yerlere koymuş, bazılarında ise yazıları resimlemeler üzerine eklemiştir (**Örnek 16-17**). Böylelikle yazıyı resimlemenin unsuru haline getirmiştir. Aynı dönemlerde Alexey Brodovich workshop'larında yetişen Henry Wolf, dergi tasarımında dergi içeriğini kapağa taşımıştır. Kapağı sadece dikkat çekme aracı değil, o sayının konusunu anlatmak için kullanmıştır. Bu durum özellikle dergi kapağı tasarımında yeni bir yaklaşım olarak görülmektedir. “Henry Wolf’un Esguire’da fotoğraf ve illüstrasyonu kavramsal olarak kullanarak, içeriği yaratıcı olarak kapağa taşıyışı dergi kapağına farklı bir bakış getirdi.”²⁵



Örnek 16
McCall's Dergisi Sayfa tasarımı
Otto Storch, 1962



Örnek 17
McCall's Dergisi Sayfa tasarımı
Otto Storch, 1959

Ayrıca “Wolf, dergiyi görsel bir güzelliğe kavuşturmak için, ender olanaklardan birine sahip olduğunu fark ederek, dergi düzenlemesinde, başlıkları bazen sayfayı

²⁵ Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 21. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

kaplayacak kadar büyük bazen de oldukça küçük kullandı.”²⁶ Daha sonra da *Harper's Bazaar*'ın tasarımını devralan Henry Wolf sayfaların birbiri arasındaki siyah-beyaz ilişkisini, yazının sayfa üzerindeki yoğunluğunu ve metin-resim ilişkisini fotoğrafın görsel etkisine göre metni yerleştirmiştir.

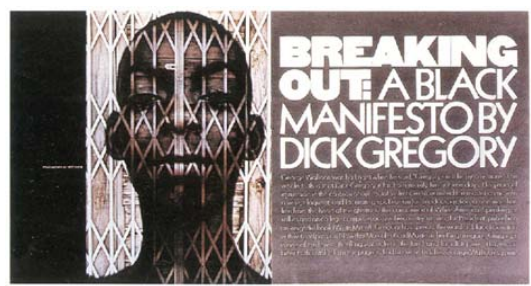
1960'larda fotodizginin yaygınlık kazanmasıyla yeni harf tasarımları ve eski harf tasarımlarının tekrar basılma imkanı doğmuştur. Fotodizgi metal harflerin katı yapısının yerine esneklik ve hareketlilik getirmiştir. Ayrıca, harflerin arasındaki espası(ara boşluğu) tamamen kaldırabilmekte veya üst üste getirebilmekteydi. Harfler istenen oranda büyütülebilmekte ve bu şekilde özelliğinden hiçbir şey kaybetmemektedir. Fotodizginin sağladığı bu olanağı dergi tasarımına taşıyan Herb Lubalin bu tekniği, görsel ifadeyi güçlendirmek ve içeriği ifade etmek amacıyla kullanmıştır. Herb Lubalin dergi tasarımında “...ölçek farklılığı yaratarak, sayfada boşluk bırakarak ve görsel kontrastlar uygulayarak, derginin bütünündeki görsel akışa yeni bir düzenleme getirmiştir.”²⁷ Sınırlamalar olduğu etkisi vermeyen geometrik bir yapı üzerine kurulu olan sayfa düzenlemelerinde, karakter seçiminde içeriğin önem taşıdığını, harflerini, sözcüklerin görsel biçimine göre tasarlanmasını savunmuştur (Örnek 18-19-20).



Örnek 18
Eros Dergisi
Herb Lubalin



Örnek 19
Eros Dergisi, Herb Lubalin



Örnek 20
Avan Gard Dergisi Herb Lubalin

²⁶ Bektaş, Dilek. (1992) *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*, s. 145-146.

²⁷ Bektaş, Dilek. (1992) *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*, s. 154.

Dergi tasarımında öncü olan tasarımcıların getirdiği yeniliklere genel olarak bakıldığında; dergilerin birbirinden ayırt edilebilecek farklılıklara sahip olduğunu, ayrıca derginin ayırıcı bir unsuru olan kimliğini, görsel her unsuruna taşımaktaydı. Bunların başında da ilk olarak logolar; ardından ise kapaklar gelmekteydi; artık dikkat çekme amacıyla sayfalarda her görsel unsuru büyük kullanmak yerine, sayfalarda boşluklar yaratarak o boşlukları tasarımın bir parçası haline getirmek de dikkat çekmekteydi. Brodovich'le başlayan ardı ardına gelen sayfalarda metin ve görsel diğer unsurların belirli bir uyum içinde ve sırada kullanmak halen önemini taşıyan bir çözümlerdir.

Almanya'da 1959'da yayın hayatına giren *Twen*, tam bir 20'li yaş dergisiydi. Tasarımcısı Willy Fleckhaus, oldukça basit bir sayfa düzeni kurdu: bir büyük resim, bir küçük resim, bir başlık, dar bir sütun yazı. Yazı ve başlık puntosu karakteri ve kapladığı alan ile son derece işlevseldi. Fotoğrafi ise, en kuvvetli etkiyi sağlayacak şekilde ya siyah-beyaz ya da duotone kullandı²⁸ (Örnek 21-22-23)



Örnek 21
Twen Dergisi
Willy Fleckhaus



Örnek 22
Twen Dergisi
Willy Fleckhaus



Örnek 23
Twen Dergisi (1965)
Willy Fleckhaus

²⁸ Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 22. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

Artık dergi tasarımında tasarımcının amacı okuyucuda istenen etkiyi yaratmaktır. Bu nedenle kullandıkları her unsur bu etkiyi güçlendirmek amacıyla tasarım alanında var oluyordu. Bu öğelerden en önemlisi ise tipografiydi. Farklı yazı karakterlerinde başlıklar yazmak, fotoğraf ve/veya resimlerdeki figür ya da görsel biçimin iç yapısına, hareketine uyumlu olarak tipografinin tasarım alanına yerleşmesi görsel etkiyi güçlendirmekteydi. Derginin vazgeçilmez bir unsuru olan tipografinin dergilerde görsel gücü arttırmak adına birçok şekilde biçimsel yapısından yararlanılmış, var olanların üzerine tasarımcılar tarafından yeni çözüm önerileri oluşturulmuştur. Amaç kimi zaman içeriğin vurgulanması, kimi zaman dikkatin çekilmesi ve en önemlisi bir derginin kimliğini yaratan görsel bütünlüğün sağlanması olmuştur. Böylelikle yazının bilindik sınırları aşılmıştır. Yeni basım teknolojileri, yüksek hızdaki ofset, litografi gibi basım olanakları tipografinin bir tasarım unsuru olarak kullanımını kaçınılmaz hale getirmiştir..

70'li yıllarda yaşanan politik değişim ve ekonomik kriz, toplum hareketini yönlendirmiş ve bu durum dergileri de etkilemiştir. Dergi maliyetini en aza indirmek için dergi boyutları küçültülmüş, daha düşük gramajlı kağıtlara baskılar yapılmaya başlanmıştır. Bu dönemde demokratikleşme hareketleri yansıtan dergiler yayın hayatına girmiştir. Bu dönemin İngiliz gençlik dergisi olan *Oz* bir örnek olabilmektedir. Hem Amerika'da hem de Avrupa'da politik bir hareket olan "*underground*", hippy-uyuşturucu kültürü ve müzik birbiriyle bütünleşmişti. "1967 yılında, *Observer* dergisi modern hareketin ölümünü ilan etti ve "*çiçek çocukları*" diğer bir adıyla "hipilerin" yeni tarzını tanıttı. İngiltere'de ve Amerika'da Martin Sharp, Hapshash ve The Coloured Coat topluluğunu meydana getiren grafik tasarımcılar tarafından geliştirilen -çiçeksi efektler gibi farklı olağanüstü etkiye sahip şekillerin birleşimi ile birbirinden ayrı olan biçimleri bağlayan- yeni bir estetik ortaya

çıkıştır.”²⁹ Dergi tasarımında fotoğraf yerine resimlemeler önem kazanmaya başlamıştır. O dönemin Beatles grubunun öncülük ettiği deneysel rock müziğinin elektronik formları ve birçok tabakadan meydana gelen biçimler; çok parlak ve birçok canlı farklı rengin kullanımı ile yumuşak, kıvrımlı hareketlere sahip desen etkisi veren biçimlerdir. Tasarımlarda kullanılan tüm formlar alınan ilaçların etkisiyle oluşan halüsinasyonları ifade eden biçimler olarak da kabul edilmiştir. Elbette bu durum sayfa üzerinde her görsel biçim gibi tipografiyi de etkilemiştir. Tipografi de kıvrımlı ve dalgalanan hareketlere uyumlu hale getirilmiştir. Art Nouvea döneminin biçimsel özellikleriyle benzer özelliklerdeki biçimler olan çiçek motifleri, büyü, gizem dolu tavrılı, bitki ve çiçeklerin sivilize edilerek oluşturulan motiflerinin ortasında çıkan figürlerdeki benzer yapı gözlenebilmektedir (**Örnek 24-25-26**) . Bu dönemi en iyi tasarımlarını yansıtan dergilerden biri Martin Sharp’ın tasarımını yaptığı ‘Oz’ dergisidir. ‘Oz’ dergisi grafik tasarımıyla ismini duyurmuştur. “... Derginin formatı daima değişti; bazen bir afiş gibi bazen parlak ince bir kağıda basılmış bir yayın, bazen ise büyük kare formatta olmuştur. Logosu ise her sayıda değişmiştir.”³⁰(**Örnek 27-28**)

Bu dönemin yaşam felsefesi ve müzik anlayışının, kendi grafik tasarımını da yaratmış olduğu söylenebilir.

²⁹ Poul Jobling, David Crowley. (1996) *Graphic Design*, s. 226.

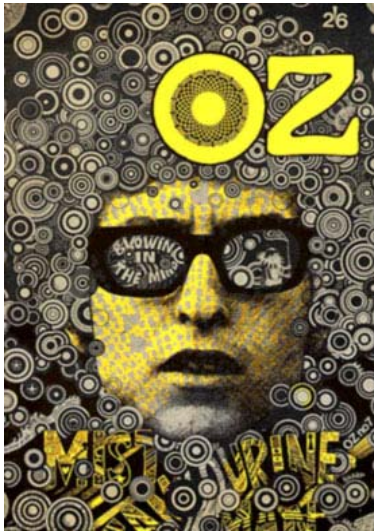
³⁰ Poul Jobling, David Crowley. (1996) *Graphic Design*, s. 233.



Örnek 24: Alfons Mucha (1896)

Örnek 25: Alfons Mucha (1890)

Örnek 26: Aubrey Beardsley (1893)



Örnek 27: OZ Dergisi (May 67) Martin Sharp

Örnek 28: OZ Dergisi (May 67) Martin Sharp

1967'de *Rolling Stone* dergisi ilk yayımlandığında hedef kitlesi gençlerin olması ve Rock and Roll dinleyen bir kesime hitap etmesine karşın dergi tasarımıyla felsefesini ve içeriğini yansıtamamıştır. Çünkü; bir iş dünyası dergisi içeriğine sahipmiş gibi yayımlanmıştır (Örnek 29). “Önceleri Times New Roman’la ve konu başlıkları hep aynı olarak, daha sonra Korinna ile ve her konuda başka yazı karakterinde başlık kullanarak

dizildi.”³¹ Rolling Stone logosu da zamanla değişmiştir. Daha sonradan yapılan değişikliklerle son haline ulaşmıştır(**Örnek 30**).



Örnek 29

Rolling Stone Dergisi (November 9, 1967)John Lennon - RS 1
'How I Won the War' Film Still

Örnek 30

Rolling Stone Dergisi (2006)Logosu

Bir dergi tasarımını belirleyen ve yanıtlanması gereken en önemli soru ‘ulaşılacak istenen amacın ne olduğu?’dur. Amaç, sadece etkileyici olmak mı, dikkat çekmek mi, daha kısa sürede algılanabilmek ve okunmak mıdır? Tasarımın başlangıcında hedef kitle özelliklerine bağlı kalınarak bulunan cevaplar, tasarıma bulunan çözüm olabilmektedir. Kimi zaman içeriğin önem taşıması, kimi zaman biçimin öncelik kazanması her derginin kendine ait grafik tasarım çözümünü ve kendine özgü bir anlatım dili oluşturarak kimliğini yaratmaktadır. Milton Glaser tasarımını üstlendiği New York dergisini televizyon çağı insanına yönelik hazırlamıştır. Milton Glaser, dergi tasarımında dikkati dergi

³¹ Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 25. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

düzeninden çok konuya çekmeyi amaçlamıştır. Bu nedenle konu başlıklarında aynı yazı karakterini aynı büyüklükte kullanarak belirli bir düzeni izlemiştir. Daha sonra tasarımını üstlendiği dergi olan *Paris Match*'te de bu yaklaşımını devam ettirmiştir. “Paris Match’ın eski ve yeni sayfa düzenlemesi arasındaki en büyük fark, yeni düzenlemenin tutarlılık, birbirine uygunluğu esas almasıdır. Eski düzenleme, tek biçimli olma çabası olmaksızın, sayfadan sayfaya çeşitlilik gösteriyordu. Yeni tasarımın altındaki prensip; her sayfaya bold gothic harflerle yazılmış başlıklar kullanarak, tek biçimli bir düzenleme ile dergiyi yeniden kurmaktı.”³²

Dergi tasarımında toplumsal hareketlerin etkilerinden biri sayılan sokak kültürünün bir yansıması olan Punk kültürünün grafik tasarıma yansımaları o dönemin dergi sayfalarında da görülmektedir.

Dergilerde en önemli unsur olan tipografinin sadece o dergiye ait yazı karakteri kullanımını logo dışında tüm iç sayfalarda taşıyan ve *The Face* dergisi için özel yazı karakteri tasarlayan Neville Brody, dergiyi diğer dergilerden ayıran bir özellik kazandırmıştır. Ayrıca dergi her sayıda tarzını değiştirerek de kendine ait görsel bir kimlik yaratmıştır.

Neville Brody, *The Face* dergisi için “Bir yerden bir yere geçerken akışı kesmeden çevreleyebilmek gerekir. *The Face* dergisinde en basit düzeyde, bir derginin okuyucuya belirli bölümün nerede başladığını göstermesi gerektiğine, bu bölümün birbirini izleyen belli sayıda sayfası olacağına ve diğer bir bölümün onu izlemesine karar verdik.”³³ diyor. Tipografinin yöneltme özelliği olduğunu savunan tasarımcı, satır başında büyük bir harf kullanmak bilindik bir yöntemdir ama soyut bir biçimde aynı görevi görebileceğini

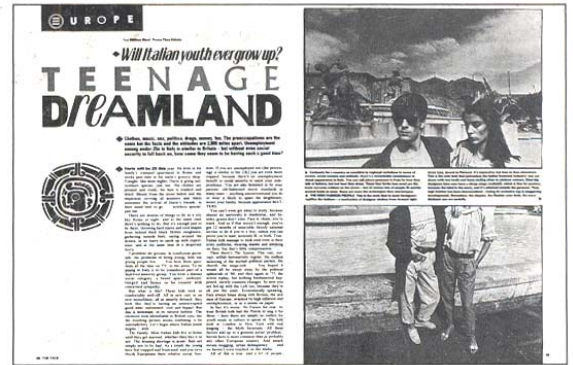
³² Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 27.

³³ (Ocak 1995, sayı 69) *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*, “Neville Brody Diyor ki”, İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.

savunmuştur. Her sayfanın ayrı bir anlatım olduğu, bu nedenle ardı ardına gelen sayfalarda içeriğe göre farklı oluşturulan başlıklar okuyucuya yeni bir konuyla karşı karşıya olduğunu biçimsel olarak iletebilmektedir (Örnek 31-32-33-34-35-36).



Örnek 31-32: *The Face Dergisi* (1983)Neville Broddy



Örnek 33-34 : *The Face Dergisi* (1983)Neville Broddy



Örnek 35-36: *The Face Dergisi* (1983) Neville Broddy,

1970'lerde Amerika'da yaygınlık kazanan postmodernist üslup Avrupa'da da ilgi görmüştür. Bu durum, grafik tasarımın bütün alanlarında kendisini göstermiştir. Aynı

dönemde gelişen teknoloji ve yeni yaklaşımlarla beraber bilgisayarın da grafik tasarım alanında kullanılmaya başlanması, dergi tasarımına da birçok yenilikler getirmiştir.

Grafik tasarım, kendi içinde yarattığı kodlamalar olan görsel dille iletişim kurma disiplini. Modernizmle bu iletişim ortamını yaratmış ve iletişim kurulması amaçlanan kitleye ulaşılabilmiştir. Fakat zamanla modernizmin yarattığı tasarım anlayışı, dünyanın sosyal, ekonomik, siyasi değişimine karşı yeterli kalmamıştır. Bu durum tasarımcıları o dönemde ortaya çıkan postmodernizme yönlendirmiştir. “Kareli düzleme bağımlı İsviçre tasarım ve tipografisinin aşırı tertip ve temizliğini reddeden Weingart, değişik ağırlıkta harf karakterlerini aynı sözcük içinde”³⁴ karıştırmıştır. Daha önce de denenmiş olan yazıyı görüntülerin içine yerleştirmiştir. Fakat tipografideki düzeni, anlaşılabilirlik ilkelerini sorgulamış ve harf boşluk aralıklarının düzenlemelerine ilişkin farklı denemeleri olmuştur. Bu durum, tasarımlarında “görsel efektlerle dolu, sezgiye dayalı”³⁵ bir üslup oluşturmasına olanak tanımıştır.

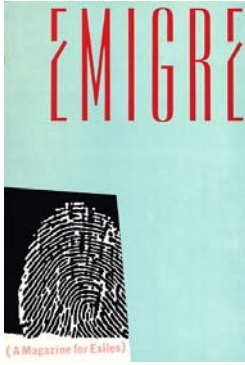
1983’te yayınlanmaya başlayan *Emigre* dergisinde tasarımcı Rudy Vanderlans bilgisayar olanaklarından yararlanarak tasarladığı yazı karakterlerini font adı altında kullanmıştır(**Örnek 37-38-39**). Derginin genel anlamda tipografiye yaklaşımı geleneksel yapıdan uzaktır.

Emigre’nin 15. sayısında tam bir sayfa, belki 12 ya da 13 satır uzunluğunda, Totally Gothic’le yazılmış bir metin var. 24 punto. Bazılarına göre bu sadece başlıklarda kullanılabilir. Sadece çok uzak bir başlık. Söylemek istediğim, yazının görüntüsü hakkında verdiğim kararlar, insanların geleneksel olarak başlık ve metin arasında olması gerektiğini düşündüklerine bağlı değil. Ben sadece sağ duyumu kullanıyorum, ya da kullanmaya çalışıyorum.

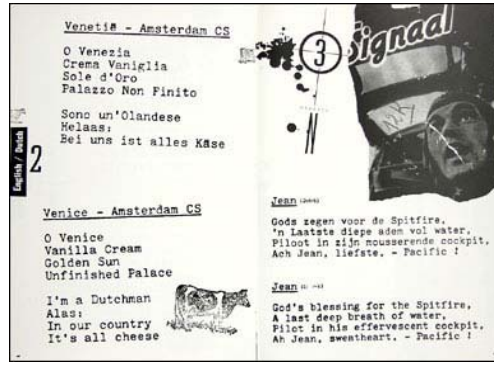
³⁴) Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, (1992, sayı 54) “*Grafik Tarzlar*”, İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.

³⁵ Becer, Emre. (1997) *İletişim ve Grafik Tasarım*, s. 110.

Yayımladıklarımın çoğunu ben yazıyorum. Eğer insanlar yazdıklarımı benim tasarımım yüzünden okuyamıyorlarsa çok kötü bir şekilde başarısızlığa uğruyorum demektir. Bir sayfa tasarladığım zaman insanların bu sayfayı okuyabilmelerinden emin olmam gerekiyor, ne kadar çabuk okuyabilirler, onu bilemem. Ama bence bu 12 satırı insanların bir saniye de okuyabilecekleri şekilde tasarlamak zorunda değilim. Yolda giderken okuyabildikleri bir billboard yazısı değil bu çünkü ben hem yaptığım tasarımın insanların ilgisini çekmesini, hem de o metni unutulmaz yapmayı başarmak istiyorum.³⁶



Örnek 37: *Emigre Dergisi* (1984)
Rudy Vanderlans



Örnek 38: *Emigre Dergisi* (1984) Rudy Vanderlans



Örnek 39: *Emigre Dergisi* (1984) Vanderlans

20. yüzyılın son çeyreğinde dergi tasarımında da tipografinin okunurluluk ilkelerine deneysel yaklaşımlar devam etmiştir. *Ray Gun* isimli gençlik dergisinin

³⁶ Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, (Ocak 1995, sayı 69) "*Rudy Vanderlans*", (İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu).

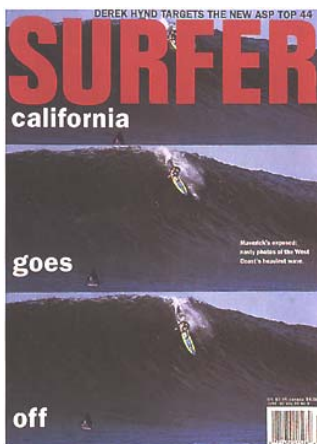
tasarımcısı David Carson, tipografik tasarımlarıyla *Emigre* dergisine benzer bir tarz kullanmıştır. Değişen teknolojik koşulların da büyük bir etkisinin olduğu tasarım anlayışında, derginin eski sayfa düzenlemelerine göre tipografi yeniden çözümlenerek uygulanmıştır.

Postmodernizm, tasarımcıya kendi dilini oluşturma şansı vermektedir. Böylece, tasarımcılara kendi bakış açılarını ortaya koyma olanağı tanınmıştır. Bütün bunlara dayanarak tasarımcı, probleme sezgisel, duygusal ya da deneysel olarak yaklaşma kolaylığına sahip olmuştur.

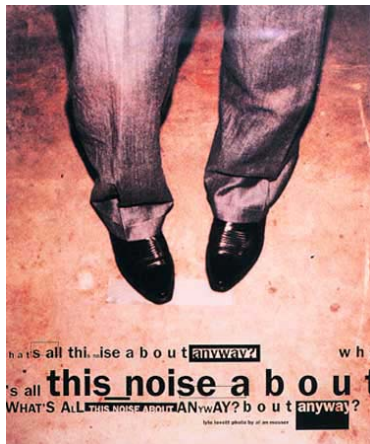
Ray Gun, *Rolling Stone*'a rakip olarak çıkmış alternatif bir müzik dergisidir. Dergi hakkında gelen yorumlara göre okuyucu tipografinin kullanımından etkilenmiştir. Okuyucular, “sayfa tasarımlarının beyinlerinin bir çıktısı gibi görüldüğünü”³⁷ belirtmişlerdir. David Carson, *Ray Gun* sayfalarındaki makaleleri anlaşılmağına varan bir tipografiyle tasarlamış, yaşanan hayatların hareketliliğini, kalabalığını, görsel ve işitsel gürültüsünü film karelerini andıran fotoğraflarla ve imgeleri ard arda kullanarak aktarmaya çalışmıştır (**Örnek 40-41-42-43-44-45-46**).

Değişen-gelişen teknoloji ve toplumsal yapıyla beraber dergi tasarımının gelişim süreci de devam etmektedir. Günümüze kadar ulaşan her tasarım kendi döneminden bir parça taşıırken bulunduğu dönemin getirdiğı olanaklara da uyum sağlayarak probleme yeni çözümler sağlayabilmektedir.

³⁷ *Salt Toplantıları 92-93*, (1993) s. 125.



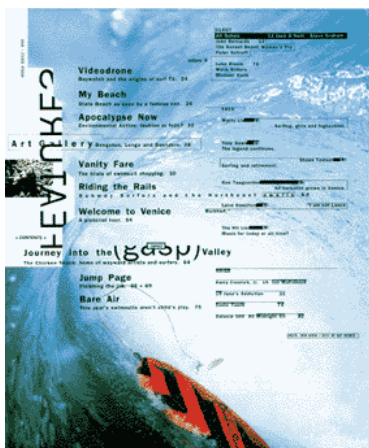
Örnek 40
Suffer Magazine
David Carson



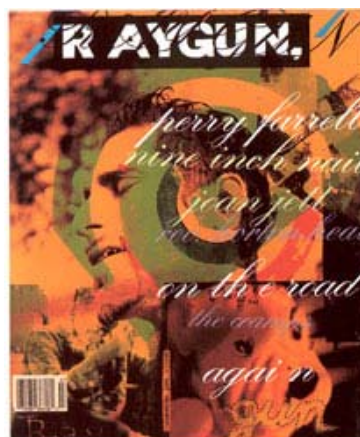
Örnek 41
Beach Culture Dergisi(1990)
David Carson



Örnek 42
Beach Culture Dergi (1990)
David Carson



Örnek 43 Beach Culture Dergisi (1990) David Carson, içindekiler Sayfası



Örnek 44: Ray Gun Dergi kapağı, David Carson,



Örnek 45: Beach Culture (1991)David Carson



Örnek 46: Beach culture(1990)David Carson,

I.3. Günümüzde Dergi tasarımı

Gündelik olan bilgi aktarımından sıyrılarak yerini kitapla gazete arasında belirleyen dergiler, batıda basım tekniklerinin de gelişmesiyle günümüze kadar çok hızlı bir değişim yaşamıştır. Artık dergiler içeriğiyle biçimiyle daha zengin, etkileyici ve dikkat çekici boyuta ulaşabilmektedir. “Hangi ilgi alanına ilişkin olursa olsun dergi, bize o dünyadan taze, yeni haberler, değişimler, düşünsel ve yaratıcı metinler getirir... Gelişmeyi, gelişmekte ve değişmekte olanı ‘iletir. Değişim ve gelişim’den uzak olanları da var kuşkusuz...(onlar hala satıyorsa, kendilerine benzer bir okur kitlesine işaret eder bu.) Gelişme ve değişme, ruhundan, tam tersi bir çizgiye girenleriyse, okurları cezalandırır... Dinamik bir alıcı kitlesidir, ‘dergi okuru’...”³⁸

“Günümüzde grafik tasarımların oluşum sürecinde, yaratıcılık bilgiyle bütünleşmekte ve teknolojiyle iletişim ortamına aktarılmaktadır.”³⁹ Bu gelişmeler tüm dünyada da görüldüğü gibi sanayileşmeyle beraber hız kazanmakta, ekonomik gelişmelerle ve üretim ortamının geldiği noktaya da yönelmektedir. Önceleri geleneksel malzemelerle gerçekleştirilen bu yaratıcı tasarım süreçleri giderek teknolojik gelişmelerle iç içe birbirini etkileyerek günümüze ulaşmıştır. Bilgisayarın sağladığı olanaklar, tasarımda sınır tanımaz bir yükseliş sağlamıştır.

“...görme sözcüklerden önce gelmiştir”⁴⁰ okuyucunun iletişimi ilk olarak görme eylemi ile başlar. Ve görsel her unsur okuyucuya içerik veya anlatılmak istenen hakkında iletiler taşır. Grafik tasarımda anlatılmak istenen şey, o tasarımda ele alınan, ortaya atılan ve bir şekilde tasarım disiplini içerisinde çözümlenmesi gereken belirli bir sorundur. Soruna bulunan çözüm fikirdir. Bu fikir en doğru biçimsel dille

³⁸ 101 Dergi.(2001) , Düünden Bu Güne Türkiye’nin Dergileri, s. 8

³⁹Doç. Dr. İncilay Yurdakul (2006)

<http://www.grafitürk.com/modules.php?name=News&file=article&sid=179>

⁴⁰ Berger Jonh, (1999), *Görme Biçimleri*, s. 7

okuyucuya/izleyiciye sunulabilmelidir. “Tasarım, şekil ve içeriğin manipülasyonudur. İçerik fikirdir. Şekil bu fikirle ne yaptığımızdır. Onunla nasıl uğraştığımızdır. Renk kullanacak mısınız? Siyah beyaz mı olacak? Büyük, küçük? Üç boyutlu veya iki boyutlu? Moda bir şeyler mi yoksa daha mı ciddi? Bodoni mi kullanacağım yoksa Baskerville mi?”⁴¹

İçeriğin biçimde anlatım diline ulaştığı son nokta olan görsel dil, dergilerde okuyucu ile ilk olarak kapağında iletişime başlar ve bu iletişim dergi üzerinde yer alan her unsur kapsar. Dergilerin biçimsel yapısını yönlendiren, derginin yayın politikası ve yayın felsefesi olabildiği gibi, çoğu zaman görsel dilin etkili olma önceliği de olabilmektedir. Görsel dil dergileri belirli bir noktaya taşır; bu nokta ise okuyucuda belirli izlenimler bırakarak kendisini “hatırlanabilir ve tanımlanabilir” kılan görsel kimliktir. Günümüzde iletişim bombardımanı altında olan okuyucu tarafından tanımlanabilir olmak dergi için önem taşımaktadır. Değişen zamanın getirileriyle beraber dergi tasarımı ile kimlik oluşturmanın önemi kavranmıştır. Dönemine ışık tutan ve büyük yenilikler getiren dergi tasarımlarının günümüzde de devam ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle dergi sayfalarının tasarımında tipografinin çoğunlukla genel bir yapıyı takip ettiği söylenebilir. Okuyucunun metnin başlangıcını ayırt edebilmesi için kimi zaman metin başlığı büyük kimi zaman ise tam tersi olarak küçük kullanılmaktadır.

Dergi tasarımında en belirgin etkileri olan yaklaşımlardan biri ise Alexey Brodovich’in derginin sayfa tasarımında büyük boş alanlar bırakması, sayfa üzerinde yer alan her unsur (metin, resim, fotoğraf gibi.) müzikal bir duygu izlenimi yaratma amacıyla düzenleme yapma tekniği, günümüzde de uygulanmakta olan bir çözümlerdir. Ayrıca, ardı ardına gelen sayfalarda metin ve görsel diğer unsurların belirli bir uyum içinde ve sırada kullanılması halen önemini taşımaktadır. Yan yana gelen sayfalarda bütünlük

⁴¹ Grafikerler Meslek Kuruluşu,(2002) Poul Rand Dedi ki, s. 3.

sağlanması amacıyla yapılan yazı ve görsel her unsur birbiriyle etkileşim yaratma çabası da sayfa tasarımında belirli çözümlerden biridir.

Fotoğrafların dekupe edilerek kullanılması sayfa tasarımına canlılık ve hareket kazandırdığının keşfedilmesi fotoğrafın sayfa tasarımında yarattığı görsel etki açısından halen kullanılagelen bir yöntemdir. Fotoğraftaki figürlerin hareketinin yansıması sayılabilecek olan yazının yerleşim biçimi, yan yana gelen sayfalarda silme fotoğraflar kullanarak yazıların resimleme ya da fotoğraf üzerine eklenmesi de halen bir sayfa çözümleri olarak görülebilmektedir(Örnek 47-48)



Örnek 47
Blur Dergisinin Kapak- İç sayfası
Tasarımcı: Scott Clum
1992



Örnek 48
Rolling Stone Dergisinin İç sayfası
Sanat Yönetmeni: Amid Cebeci
2006

Tipografinin ağırlıklı olarak etki ettiği sayfa düzenlemelerinde deneysel olarak farklı yaklaşımlar zaman içerisinde kendisini göstermiştir. Bu yaklaşımlar ise, paragraf boşluklarının belirli yerlerde azaltılıp, belirli yerlerde artırılması gibi ritmik bir yapı olabilmektedir. “Tasarımcılar, okuyucuyu şaşırtmadan ve aklını karıştırmadan, onların

ilgisini önemli olan konudan kaçırılmadan, tipografik hilelere başvururlar. Bunu konuya güç ve enerji katmak ve yazıyı ayırmak için yaparlar. Cesur yazı karakterleri kullanılır ve bunlar başlığın başladığı yerin bilinmesi ve okuyucunun başlığa olan ilgisini arttırmak için yapılır.”⁴² İlk önceleri kitap sayfaları örnek alınarak tek sütun ve bir ya da iki resimlemeyle desteklenen dergi sayfa tasarımı, daha sonradan iki ya da üç sütun halinde fotoğraflar ve resimlemelerle bir bütün olarak düzenlenerek günümüze ulaşmıştır. Çoğunlukla dergide kullanılan sütun sayısı derginin ölçülerine göre belirlenirken, günümüzde bunu belirli bir standart olarak kabul edilmediği örneklerden de anlaşılabilir (**Örnek 49-50-51**). Her ne ölçüde olursa olsun kimi zaman bir ya da iki, kimi zaman üç sütun halinde yazılar sayfa üzerinde düzenlenmektedir. Ayrıca sütunların boşlukları ve sınırlı sağ sol düzeni sorgulanarak yeni tipografik düzenlemeler dergi sayfalarında yerini almaktadır. Günümüzün sınır tanımaz yaklaşımının tipografide kendisini gösterdiğini söylemek yanlış olmayacaktır.



Örnek 49
U&Ic Volume 20 Dergisi (1993)
Tasarımcı: Woody Pirtle, John Klotnia



Örnek 50: Basatap Dergisi (2005) Tasarımcı: Birol Bayram

⁴² Foges, Chris. (1999), *Magazine Design*, s. 11.



Örnek 51: *U&Ic Volume 20 Dergisi* (1993)Tasarımcı: Woody Pirtle, John Klotnia

Kapak tasarımında dikkat çekmek ve dergi konusunu anlatma amacı ise günümüzde halen önem taşımaktadır. Bu doğrultuda tasarlanan dergi kapakları derginin kendine özgü anlatımını taşıırken, bunun dışında kalan dergilerde ticari kaygılar nedeniyle daha “popüler” bir anlatım söz konusudur. Bu durumun birçok derginin kapak tasarımını kapsaması, derginin benzerleri arasında fark edilebilirliğini zayıflatma riski taşımaktadır (**Örnek 52**). Çünkü okuyucunun dergiyi tanımlayabilmesi için belirgin tek unsur logo olmaktadır. Bunun nedeni ise kapak tasarımı olarak aynı yöntemi kullanan birçok farklı tür derginin (müzik, moda, ekonomi gibi) raflarda yer almasıdır. “Dergiler çeşitlerine ve değerlerine göre sınıflandırılabilir. Bu yazarlarına, editörlerine ve tasarımlarına bağlıdır ki bu 150 yıldır bu şekildedir; her çağda her devirde popüler dergi vardır ve istenilen şey ise estetik ilgi ve tutumdur. Bu da dergiyi ilginç kılan şeydir”⁴³

⁴³ Foges, Chris. (1999), *Magazine Design*, s. 6-7.



Örnek 52

19. yüzyılda başlayan yeni tipografik eğilimlerle beraber dergi tasarımı gelişim sürecine girmiştir. Sayfa tasarımlarında etkili olan tipografideki deneysel yaklaşımların yansımalarını da dergi sayfa tasarımlarında görülebilmektedir. Fakat tiraj kaygısının kimi zaman derginin görsel kimliğini koruması amacının önüne geçtiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

I.4. Türkiye’de Dergi Tasarımı

İnsanların gelişen ve değişen yaşam olanaklarına karşı ilgisi arttıkça Türkiye’de de dergiler, kurumsallaşarak okuyucularına yol göstermede önemli yollar kat etmiştir. Özellikle 19. yüzyılda başlayan ve günümüze kadar gelen süreç içerisinde çok sayıda dergi toplumsal ve düşünsel alanda, kitaplar kadar etkili olmuştur. Düşün, bilim, bilim-teknik, siyaset, tıp, sanat, edebiyat, eğitim, moda, müzik, eğlence alanlarında yayımlanan dergiler, Türkiye’deki yaşamı ve düşünceleri yönlendirmiş olması bakımından son derece önemlidir.

Türkiye’de ilk dergiler, batılılaşmanın bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır. Süreç içerisinde el yazmasından mekanik baskıya geçilmesiyle dergiler de kitaplar ve gazeteler arasında yerini almıştır. “İlk Türkçe dergi olan "Vakkâyi-i Tıbbiye" ise 1849'da yayımlanmaya başladı.”⁴⁴ Dergi litografi (taş baskı) tekniğiyle basılmıştır (**Örnek 53**). “Taş baskı yöntemiyle 2-4 sayfa olarak basılan ve 600 kadar aboneye gönderilen Vakkayi-i Tıbbiye, resim basan ilk Türkçe süreli yayın olması yönünden de anılmaya değer”⁴⁵ bir dergi olarak kabul edilmiştir. *Vakkayi-i Tıbbiye* halkı sağlık konusunda bilgilendirmenin yanı sıra tıbbi olay ve ilaçları tanıtan bir dergi olması nedeniyle mesleki bir özellik taşımaktadır. Daha sonradan Türkiye’de yayın hayatına başlayan diğer dergi ise Mecmua-i Fünun adlı aylık bilim dergisiydi. O dönemler dergiler sadece bilgi aktarma amacıyla yayımlanmaktaydı. Herhangi bir görsel öge kullanımı teknik olanaklarının yetersizliği nedeniyle mümkün değildi.



Örnek 53
Vakkayi-i Tıbbiye
(Mayıs 1849)

19. yüzyılda Avrupa’da gözden düşen taşbasmacılığı Türkiye’de yeni kullanılmaya başlanmış ve artık resimlerin baskı aşaması kolaylaşmıştır.

II. Abdülhamid döneminde (1870-1908) süreli yayınlar üzerinde sıkı bir baskı uygulanmaktaydı. Dergi içerikleri tamamen kontrol altında oluşturuluyor, her resimleme

⁴⁴ <http://www.izedebiyat.com/yazi.asp?id=47451>

⁴⁵ Kabacalı, Alpay. (2000) “*Türkiye’de Matbaa Basın ve Yayın*”, s. 69.

ve tasvir yayımına belirli kurallardan geçirildikten sonra izin verilmekteydi. Teknik olanaksızlıklar nedeniyle resimler dergi sayfalarında görülmemekteydi. İlk olarak *Servet-i Fünun* dergisi resimlemelere sayfalarında yer vermiştir (**Örnek 54**). “Servet-i Fünun, yazarlarının eserlerini Avrupa dergilerindeki gibi resimleterek yayımladı ve böylece bir yeniliğe daha öncülük etmiş oldu”⁴⁶ ilk renkli fotoğraf, derginin 1906 şubat ayında çıkan sayısının kapağında yer alıyordu.



Örnek 54: *Servet-i Fünun* (1870-1908)

“...gazete ve dergiler, bu dönemden başlayarak, hemen hemen Cumhuriyet’in ilk yıllarına kadar, resimle yazıyı ayrı ayrı öğeler olarak değerlendirmişlerdir. Çoğu kez bir sayfada yer alan resimle o sayfadaki yazının, bir sayı içerisinde yer alan resimlerle o sayıdaki yazıların ilişkisi yoktur. Resimle yazı ancak uzun bir süreç içerisinde uyum sağlayıp bütünleşecektir.”⁴⁷

1908’de II. Meşrutiyet’in getirdiği özgürlük ortamında dergi sayılarında artma meydana gelmiştir. Bilim, iktisat, sanat, müzik gibi alanlara yönelik dergiler de çıkarılmıştır. 19. yüzyıla göre bu dergiler daha küçük boyutlarda ve kısa süre yayımlanabilmiştir. Bu dönemde artık dergilerde resimlemeler, karikatürler ve haritalar da yer almaktaydı. Dergicilik, Anadolu’da bu dönemde yaygınlaşmıştır.

⁴⁶ Kabacalı, Alpay. (2000) “*Türkiye’de Matbaa Basın ve Yayın*”, s. 110.

⁴⁷ Kabacalı, Alpay. (2000) “*Türkiye’de Matbaa Basın ve Yayın*”, s. 94.

İlk mizah dergisi sayılan *Diyojen* 12 Kasım 1870’de çıkmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında yayımlanan dergilerde, kurtuluş savaşından yeni çıkmış olmanın etkisiyle tirajları düşüktür. Bu dönemde başlıca dergiler, *Akbaba* (1922, mizah), *Resimli Ay* (1924, Halk dergisi) (1904, Fikir), *Haftalık Mecmua* (1925, magazin), *Milli Mecmua* (1923, fikir-edebiyat), *Hayat* (1926, Milli Eğitim Bakanlığı’nca çıkarılan fikir-sanat dergisi) (**Örnek 55**) Bu dergilerden özellikle *Resimli Ay* dergisi içeriğe verdiği önemi baskısında da göstermiştir(**Örnek 56**).

Kurtuluş Savaşı’ndan sonra yazı devrimin yapılması ile Arap Harflerinin okuma ve yazmasındaki güçlükler aşılmıştır. Ayrıca, okuma yazma oranında artış olmuştur. 1933 yılında ‘Halk ve Aile Mecmuası’ olarak yayınlanan *Yedigün*(**Örnek 57**) bol fotoğraflı ya da resimli yazılara, edebiyat üzerine yazılara, makalelere yer veren bir dergi olarak büyük ilgi görmüştür. Ofset baskı tekniğinin dergiciliğe ilk uygulaması *Yavrutürk*, *Binbirroman* vb. dergilerde olmuştur.

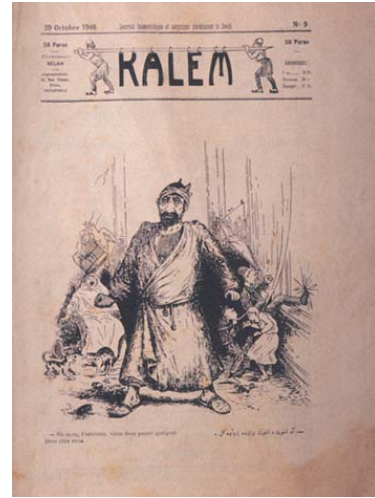


Örnek 55
Resimli Ay
(1925)

Örnek 56
Hayat dergisi
(1956)

Örnek 57
Yedigün dergisi
(1933)

Konulan yasaklar ve savaş dönemleri nedeniyle yayım hayatına Türkiye’de geç başlayan dergilerin tasarım olarak da kendisini geliştirmesi geç olmuştur. İlk önceleri Arap harfleriyle başlayan dergi yayıncılığında, sadece bilgi aktarma kaygısı ve baskı tekniğindeki yetersizlikler söz konusuydu; bu nedenle kapak ve sayfa tasarımlarına gereken önem verilmemiştir. Fakat gelişen teknoloji ile resimlemelerin sayfalara girmesi sağlanmış, böylelikle derginin görsel etkisi güçlendirilmiş, resimlerle ve fotoğraflarla desteklenen yazılara da ilgi artmıştır. Bunu fark eden birçok dergi yayıncısı, kendi dergilerinde de resimlemelere ve hatta zamanla baskıdaki teknik olanakların sağladığı şekilde fotoğraflara da yer vermişlerdir. Yazı devrimiyle beraber Arap harflerin baskısında yaşanan güçlükler azaltılmıştır. Kaligrafik yazıdan uzaklaşan dergilerde daha düz yapıda Latin harfleri kullanılmaya başlanmıştır (**Örnek 58-59**).

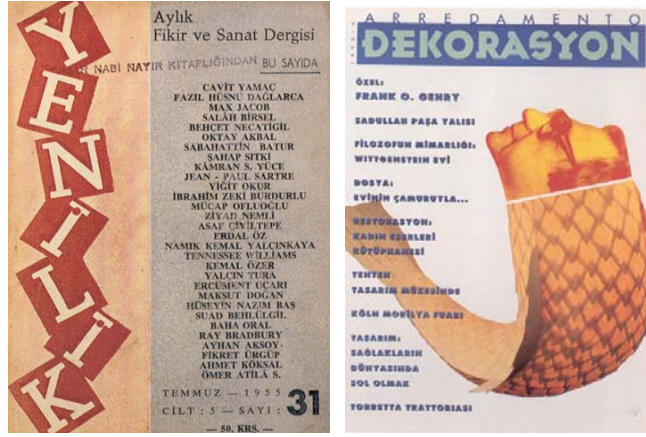


Örnek 58: Kalem Dergisi(1910) Mizah dergisidir

Örnek 59: Kalem dergisi (1927) Mizah dergisidir

İlk yayım hayatına başlayan dergilerde de görülmekte olan en önemli unsur, her derginin bir logosunun olduğu ve dergi kapağında büyük ya da küçük olarak bu logonun kullanıldığıdır. Bu durum dergi ismine verilen önemi ve önceliği göstermektedir. Derginin içindekiler sayfası, çoğunlukla resimlemenin ve fotoğrafın kullanılmadığı

dönemlerde dergi kapaklarında yer alırken, daha sonradan iç sayfalara taşınmıştır; çoğu zamanda arka kapakta yer verilmiştir. Daha sonradan küçük başlıklar halinde kapakta dergi içeriği hakkında bilgi veren yazılar yer almaktadır.(Örnek 60-61)



Örnek 60
Yenilik Dergisi
Aylık Fikir ve Sanat Dergisi
(1955)

Örnek 61
Arredamento Dergisi
Dekorasyon Dergisi
(1992)

19. yüzyılda dergi tasarımlarında genellikle Avrupa’da yayımlanan dergiler taklit edilmekteydi. Bunlardan biri haftalık haber dergisi olan *Kim* dir. “Kim’in kapağında, Akis’te olduğu gibi Time logosunun karakterleriyle, tırnaklı harflerle *Kim* logosu yerleştirilmiş üstünde de ‘Haftalık Haber Dergisi’ ifadesi yer almıştı. Derginin adı kırmızı zemin üzerine beyaz harflerle yazılmış; bunun hemen altında boydan boya bir bant yerleştirilmişti.”⁴⁸ Dergi kapağıyla birlikte sayfa düzenlemelerinde de yine Time dergisindeki gibi üç sütun olarak düzenlenmiş yazılar yer alırken fotoğraflar ya tek sütunda ya da iki sütuna göre yerleştirilmiştir(Örnek 62-63-64).

⁴⁸ Özdemir, Muhammed. (Haziran 1992) 1980’lerde Türkiye’ de Haftalık Haber Dergiciliği; Nokta Dergisi Örneği, Yüksek Lisans Tezi s. 29. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)



Örnek 62
Kim Dergisi
Haftalık Haber
Dergisidir
(1961)



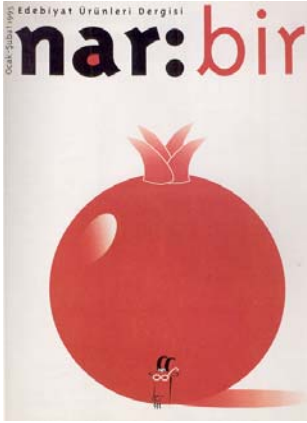
Örnek 63
Time Dergisi
Haber dergisidir
(1960)



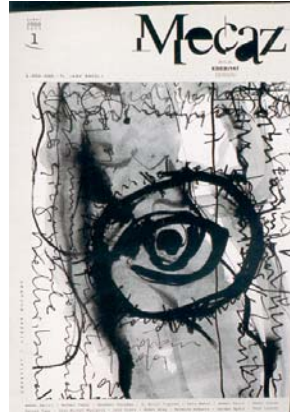
Örnek 64
Time Dergisi (1958)

Türkiye, Avrupa'nın 19. yüzyılda sahip olduğu teknik olanaklardan ancak 1980'li yıllarda yararlanabilmiştir. Dergilerin gelişmesinde reklamcılık sektörünün ilerlemesinin de büyük önemi vardır. Dergilerde bir iletişim aracı olarak toplumsal değişim ve iletişimde yaşananlara ayak uydurma çabasına girmiştir. Gelişen teknoloji, bilgisayarın kullanımı dergi kapağı ve sayfalarının tasarımında alanında uzman tasarımcılarla çalışılması daha renkli, kaliteli ve ilgi çekici dergilerin oluşmasını sağlamıştır (**Örnek 65-66-67-68**). Zamanla yaşanan bu değişim “yavaş yavaş mesleki olarak kapağı dizayn eden insanları ortaya çıkardı. Bunlar, hangi kapağın dergiyi daha iyi sattıracağını kestirme tartışmalarına giriyorlardı ve bu yönde bir profesyonelleşmeyi başlatıyorlardı. Ve bu profesyoneller konu ve konunun araştırılması, yazılmasıyla ilgisi olmayan, konuya hiçbir katkısı olmayan kişilerdi. Onların görevi, konuya en uygun kompozisyonu bulup çıkartmaktı. Yani dergiyi sattırarak bir imaj oluşturmaktı görevleri...”⁴⁹

⁴⁹ Özdemir, Muhammed. (Haziran 1992) 1980'lerde Türkiye' de Haftalık Haber Dergiciliği; Nokta Dergisi Örneği, Yüksek Lisans Tezi s. 78. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)



Örnek 65
NarDergisi (1995)
Aylık Edebiyat dergisi



Örnek 66
Mecaz Dergisi (2000)
Aylık Edebiyat dergisi



Örnek 67
Uç Dergisi
Haftalık Haber dergisidir (1999)



Örnek 68
Roll Dergisi
Aylık Müzik dergisi (2001)

Bazı dergiler modern zamana uymak ve görsel kimlik yaratmak için derginin var olan yapısını sorgulamasıyla kimlik arayışlarını sürdürerek günümüze ulaşmışlardır. Bunlardan biri *Sanat Dünyamız* dergisidir. 1976'da ilk kez basılan derginin logosu belirli aralıklarla değişim yaşamıştır. Bu durum dergi kapağı, dergi boyutu ve iç sayfa tasarımı ile devam etmiştir. Kimi dergilerde bu durum format (ölçü) olarak yaşanmaktayken, kimi

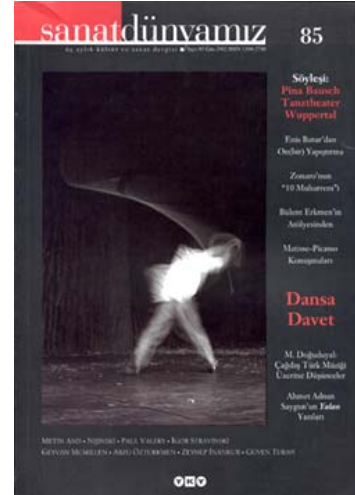
zaman da logo ve sayfa tasarımı olarak değişebilmekte, var olan imajlarını yenileme çabasına girmektedir (**Örnek 69-70-71-72-73**).



Örnek 69
Sanat Dünyamız Dergisi (1974)
Üç aylık kültür dergisi



Örnek 70
Sanat Dünyamız Dergisi (1992)
Üç aylık kültür dergisi



Örnek 71
Sanat Dünyamız Dergisi (2006)
Üç aylık kültür dergisi



Örnek 72
Sanat Dünyamız Dergisi (1992)
Sayfa Tasarımı
Üç aylık kültür dergisi

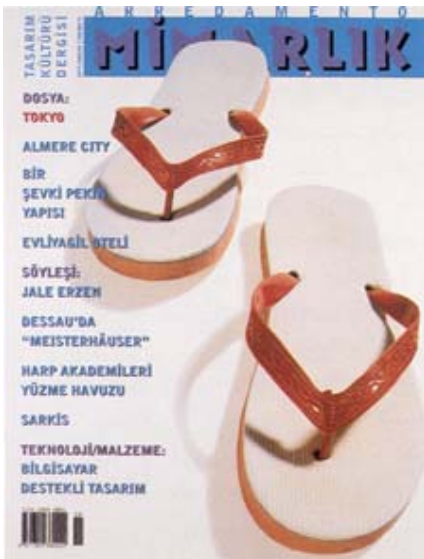


Örnek 73
Sanat Dünyamız Dergisi (2006)
Sayfa tasarımı
Üç aylık kültür dergisi

Türkiyede, günümüzün birkaç dergisi tasarımlarıyla görsel kimlik yaratmada başarılı olabilmıştır. Fakat tiraj kaygısı nedeniyle yazı ve tipografinin kullanımından çok diğer görsel unsurlar ağırlık kazanmıştır. Ayrıca farklı içerikte yayınlanan dergilerde

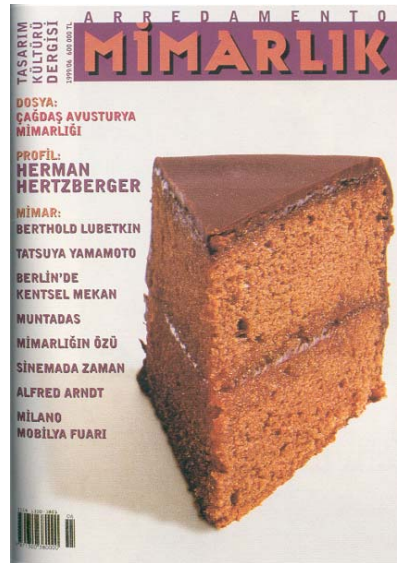
kullanılan görsel biçimler ve sayfa düzenlemeleri açısından arasında benzer kullanımlar söz konusudur. Bu durum derginin ‘tanımlanabilirliğini’ ve ‘hatırlanabilirliğini’ zorlaştırma riski taşımaktadır.

Günümüzde yayınlanan dergilerin kapak tasarımları içinde, görsel bütünlük, süreklilik, ve tutarlılık açısından iyi örneklerden biri, Bülent Erkmen’nin tasarladığı *Arredamento Mimarlık* (daha önce *Arredamento Dekorasyon* adıyla yayımlanıyordu) dergisidir. Bu derginin iç sayfa tasarımları yine Bülent Erkmen yönetiminde iki yıl önce Emre Çıkınoğlu tarafından yapılmıştır (**Örnek 74-75**). “Erkmen’in *Arredamento* kapakları bilinçli ve ölçülü bir tavırla tasarımcı tarafından, yıllar içinde geliştirilmiş, tasarım tutarlılığı hep korunagelmıştır. Dergiyi sürekli izleyen dikkatli bir okuyucu, kapak tasarımındaki görsel yaklaşımın, yayın hayatı boyunca, derginin görsel birlik sürekliliğine zarar vermeksizin nasıl bilerek ve seçerek değiştirildiğini ve geliştirdiğini fark edecektir.”⁵⁰



Örnek 74

Arredamento Mimarlık Dergisi
(2000) Bülent Erkmen

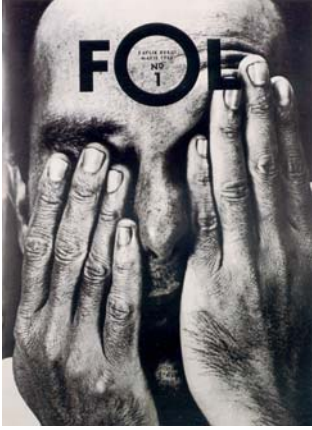


Örnek 75

Arredamento Mimarlık Dergisi (1999)
Bülent Erkmen

⁵⁰ 101 Dergi.(2001) , Düünden Bu Güne Türkiye'nin Dergileri, s.18.

Farklı boyutu ve içeriğiyle dikkat çeken dergilerden biri olan 'Fol' içeriğiyle olduğu kadar formatıyla da görsel kimlik yaratabilen dergilerden biridir. 'Fol' Türkiye'de yayımlanmış en büyük boyutlu (35x50 cm.) dergi olarak çıkmıştır (**Örnek 76-77-78**).



Örnek 76
Fol Dergisi (1995)
Üç aylık Kültür Sanat Yayını



Örnek 77
Fol Dergisi (1996-1997)
Üç aylık Kültür Sanat Yayını



Örnek 78
Fol Dergisi (1997)
İç sayfa tasarımlarından biri
Üç aylık kültür Sanat Yayını

Derginin üzerindeki logoda kendine öncelikli bir yer edinen tipografi, kapak ve iç sayfalarda da bu yerini yazı başlıkları ve metinlerde konumlandırmıştır. Tipografi çoğu dergide sadece bilgi aktarma amacından çıkarılmadan kullanılmış, bazılarında ise bilgi ve mesaj ileten görsel bir unsur olarak tasarıma -logoda kullanımı dışında- dahil edilmiştir.

Türkiye’de dergi tasarımı hızlı bir gelişim göstererek günümüze ulaşmıştır. Kimi dergiler görsel kimliğini oluşturma amacıyla kapak ve sayfa tasarımına verdiği önemi formata(ölçü) kadar taşımıştır. Derginin önemli bir unsuru olan tipografi de, bu gelişim süreci içerisinde yerini almış ve el yazmasıyla başlayıp günümüze değin kimi gelişmelerle birlikte değişerek gelen dergi tasarımlarının görsel kimliği açısından önemsenmeye başladığı belirmiştir.

II - GÖRSEL KİMLİK

II-1-Görsel kimlik nedir?

“Görsel kimlik kavramı, bir kuruluşun görünümünün kurum kimliği hedeflerine uygun olarak birbirleriyle uyumlu olan tüm görünebilen unsurlarının hedeflenmiş bir biçimde oluşturulmasını kapsar.”⁵¹ Görsel kimlik bir kurumun ya da ürünün benzerlerinden ayırt edilmesini sağlayan tüm görsel unsurlarının tasarımıdır.

Bir kuruluşu ya da ürünü benzerlerinden ayıran, kendine ait değerleri kapsayan kimliğe sahip olmasıdır. Kurumun ya da ürünün felsefesi, davranışı ve iletişimi bir kimlik oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra bu kimlik, hedeflenen kitleyle iletişim kuran logo, marka, tipografi ve renkler gibi görsel unsurları da kapsamaktadır. “ Amblem (logo) ve ticari marka, firma ya da ürüne kişilik kazandırır ve benzerlerin içinden ayırt edilmesini sağlar.”⁵² Ayrıca renk, logo, tipografi, ve markadaki tasarım tavrı kurum kimliği içerisinde yerini alan görsel kimliğin bileşenleridir. Bunlar görsel kimliği taşıyan tek öğeler olarak düşünülmemelidir. Çünkü kurumun, hizmetin ya da ürünün kimliğini hedeflenen kitleye taşıyan benzerlerinden ayıran görsel kimlik endüstriyel tasarım ve mimari tasarımı da içermektedir. Sembolik bir biçim bir markayı işaret ediyorsa, kurumun ya da ürünün ait olduğu şirket binasının mimari yapısı ve düzenlenmesi de kurumun kimliğini taşıyabilmektedir. Görsel kimlik kurumun ya da ürünün birbiriyle ilişkili ve hedefine uygun olarak tasarlanan tüm görülebilen unsurlarıdır. Bu nedenle hedeflenen amaçlara yönelik bir görsel kimlik oluşturmak için grafik tasarım, endüstriyel tasarım ve mimari tasarımdan da yararlanılmaktadır. Hem kurum içi çalışanlarını hem de hedeflenen kitleyi

⁵¹ Sobacı, Selin. (2001) *İmaj Yenileyen Markalarda Görsel Kimlik Sorunu*, s. 9. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

⁵² Becer , Emre. (1999) *İletişim ve Grafik Tasarım*, s. 194.

doğrudan etkileyen görsel tasarımların dilbirliği içinde uygulanması, bütünlük oluşturabilmektedir.

Kuruluşa ait ana kavram ve kuruluş felsefesinden yola çıkılarak hazırlanan görsel kimlik tasarımı hedef kitle tarafından ayırt edilme amacını taşımaktadır. Bu amaçla görsel kimlikle benzer kurum ya da ürünler arasından sıyrılabilmeyi sağlaması için hedeflenen biçimde oluşturulması gerekmektedir. Yani kurumun ya da ürünün özelliklerine bağlı kalarak hedefleri, amaçları, ulaşmak istedikleri hedef kitlenin beklentileri, deneyimleri ve algıda seçiciliği göz önünde bulundurulmalıdır.

Günümüzde de bir çok kurum, hizmet ve ürün için görsel kimlik oluşturma tutumu içerisinde; belirlenen renk, logo ve marka gibi bir çok görsel unsurları kendilerini diğerlerinden ayıran bir takım farklılıklar yaratmak ve böylelikle hedef kitlede akılda kalıcı bir etki bırakmak için kullanmaktadırlar.

Bu durumda bir kurumun, kuruluşun ya da ürünün felsefesinin görsel bir dile çevrilmesinin görsel kimliğin sorunu olduğu ve hedeflenen amaçlara ulaşmada görsel kimliğin kurum kimliğinin temeli olan kurum felsefesini görsel bir dile çevirdiği söylenebilir.

Birçok işletmenin kurum felsefesi vardır. Kurum felsefesi kurumun kendisi hakkında belirlediği düşüncelerdir. Kurumun gelişmesi ve kuruluşun ortaya çıkması için hedeflenen düşünceleri içermektedir. Kurum felsefesi bir kurumun kendi içinde ve dışında bulunduğu alanlarda davranışlarını, stratejilerini ve izleyeceği politikasını etkilemektedir. Kurum için temel oluşturan kurum felsefesi, kurum kimliğini geliştirmektedir. Böylelikle kurum kimliğini meydana getiren diğer unsurlar kurum felsefesine göre şekil almaktadır. “Kurumsal iletişime giden yol her zaman için kurum kimliğinin daha önceden yapılmış

olan çalışmaları üzerinden geçer; kurum kimliği ise kurumsal felsefeden geliştirilmelidir...”⁵³

Kendine ait kurum felsefelerinin gelişmesi, kurum içinde ve kurum dışında gerçekleşecek iletişim için kavramların çıkarılmasını gerekli kılmıştır. Hedef kitleyle olan iletişimlerde kullanılan ifade biçimleri, kurumsal hedeflerin ortaya koyulmasıyla, hedef kitlede “davranışa yönelik bir beklenti ufuğu”⁵⁴ oluşturabilmelidir. Belirlenen kurum felsefesi hedef kitlenin beklentilerine ve ihtiyaçlarına yönelik en uygun olanı tercih etmesinde önemli etken olmaktadır.

II-2- Görsel Kimliğin Önemi

Günümüzde benzer nitelikte olan bir çok kurum ve ürün bulunmaktadır. Bu durum kurum, hizmet ya da ürünlerin rakiplerinden ayırt edilme ve onların arasından sıyrılma ihtiyacını gerekli kılmıştır. Bu ihtiyacı giderebilen ise kurumun ya da ürünün kimliğidir. “ Bir işletmenin kimliğe ihtiyaç duymasının nedeni kurum içerisinde çalışanların kuruluş ile bütünleşmelerini sağlamak, kurum dışında ise diğer kuruluşlardan, rakiplerden ayırt edilmek ve onlardan sıyrılabilmesidir.”⁵⁵ Ayrıca bu kimliği hedef kitleye taşıyan bir diğer kimlik görsel olanlardır ve “görsel kimlik” olarak adlandırılmaktadır.

Bir kurumun ya da ürünün kendine özgü özellikleri, benzerleri arasındaki farklar görsel kimlik aracılığıyla hedeflenen kitleye iletilebilmektedir. Görsel kimliğin güçlü ve sağlam temellere dayalı hazırlanması ‘hatırlanma’ ve ‘akılda kalma’ gücünü etkilemektedir. Hedef kitle bir ürün ya da hizmetin görünen yüzü olan görsel kimlik ile karşı karşıya kalmakta, bu doğrultuda ürün ya da hizmet hakkında ilk bilgilere

⁵³ Okay , Doç. Dr. Ayla. (2003) *Kurum Kimliği*, s. 113.

⁵⁴ Okay , Doç. Dr. Ayla.(2003) *Kurum Kimliği*, s.117.

⁵⁵ Okay , Doç. Dr. Ayla.(2003) *Kurum Kimliği*, s.38.

ulaşabilmekte, tanımakta, hatırlamaktadır. Bu durum tüketimi de kolaylaştırabilmektedir. Örneğin kurumu ya da ürünü belirli bir zaman diliminde belirli bir hedef kitleye işaret eden marka, tüketicinin kurumu ya da ürünü benzerlerin arasından kolaylıkla fark etmesini sağlayan önemli bir unsurdur. “Bir marka, satıcı ve alıcı arasındaki ilişkinin görsel bir sembolüdür.”⁵⁶ Bu durumda görsel kimliğin kurumun ya da ürünün en önemli mesaj taşıyıcılarından biri olduğu da söylenebilir.

Görsel kimlik oluşturma çabası içerisinde bir kurum ya da ürün için ortaya çıkarılan semboller, kurum renkleri, düzenlemeler, biçimler, davranış tarzları ve iletişim yöntemleri ile benzerlerinden ayrılan farklılıkların yaratılması, kurumun veya ürünün hem kendi içinde bütünleşmesini hem de hedef kitlenin aklında kalıcı, etkili bir imaj oluşturmalarını sağlayabilmektedir. Bu nedenle “ bir kurum ya da kuruluş için oluşturulan simge, düzenleme ya da biçim aynı koşullar içinde, benzer amaçları taşıyan diğerlerinden ayırmayı sağlayan bir kimliğe dönüştüğü söylenebilir.”⁵⁷

Sanayileşmeyle birlikte önem kazanan kimlik kavramı, küreselleşme ve serbest piyasa ekonomisinin hakimiyeti ile ortaya çıkan ürün çeşitliliğinde fark edilen artış ve tüketicinin bilinçli tüketici olma yolunda attıkları adımla daha da artmıştır.

Görsel kimlik tasarımının kuruma ya da ürüne sağladığı fayda, hedef kitleyle görsel ve/veya yazılı kurulacak iletişimde tanınma ve hatırlanabilme, daha sonradan da edinilen ilk bilgiyle hedef kitle tarafından tekrar tercih edilmedir. “ Yerel firmaların fark edilme kaygısıyla başlayan markalara ait görsel kimlik oluşturma çabaları, zaman içinde gelişerek rekabet ortamında kurumsal kimliğin yansıtıldığı bir uygulama alanına dönüşerek öncelikle ilgi çekme işlevinin önem kazandığı görülmüştür.”⁵⁸ Kurumu ya da ürünü

⁵⁶ *Marketing Türkiye Dergisi* (Ağustos 2004), s. 45.

⁵⁷ Okay, Doç. Dr. Ayla.(2003) *Kurum Kimliği*, s.19.

⁵⁸ Aktuğlu,, Işıl Karpat.(2004) *Marka Yönetimi*, s. 140.

niteleyen marka, renk, logo, tipografi bu iletişimi sağlayan ve hedef kitlenin belleğinde taşıdığı görsel kimlik bileşenleridir. “...görsel kimlik, markanın etkili bir biçimde algılanarak hafızalara yerleşmesine, firmanın ürünlerinin tanınmasına, hedeflenen çevrelerde saygınlık kazanmasına, firmanın kurum kimliğini ve kltrnn açığa çıkarmaya yardımcı olmaktadır.”⁵⁹

Görsel kimlik amacına ve hedeflerine uygun bir Şekilde zmlenmelidir. Zamana dayanıklı, etkileyici ve akılda kalıcı olabilmelidir. Hedef kitle üzerinde kalıcı etki bırakmak, hedef kitlenin edinilmiş deneyimlerine ve algıda seçiciliğine de bağlıdır.

Bir rn, sadece görsel kimliği güçlü diye kaliteli olarak algılanmamaktadır. Görsel kimliğin sağladığı olanaklar ürün ya da hizmetin gösterdiği performans ile de bir bütündür.

Görsel kimlik kullanıldığı alanlara, hedeflenen amaçlara ve ulaşılmak istenen hedef kitlenin özelliklerini göz önüne alınarak hazırlanır. Bu nedenle oluşturulması amaçlanan görsel kimliğin hangi iletişim alanında ve ürün ya da hizmet için hazırlanması amaçlandığı önemlidir. Bu bilgiler doğrultusunda görsel kimliği oluşturmak için seçilen renk, tipografi, biçim, logo ve markayla kurum, hizmet ya da ürünün felsefesini, içeriğini ve amaçlarını yansıtan sonuca ulaşılabilir.

⁵⁹ Aktuğlu,, Işıl Karpat.(2004) *Marka Yönetimi*, s. 140.

DERGİ TASARIMINDA GÖRSEL KİMLİK

III-1- Dergi Tasarımında Görsel Kimliğin Önemi

Bir kurumun, ürünün ya da hizmetin felsefesi, felsefesinden yola çıkılarak belirlenen davranış biçimi ve iletişim yöntemleri kurum kimliğini oluşturmaktadır.

Kurum kimliği kurum ya da ürüne kişilik kazandıran ve benzerlerinden ayırt edilmesini sağlayan görsel kimliği de kapsamaktadır. Grafik tasarımın bir çok alanında varlığı gerekli olan marka, logo, renk, biçim, format ve tasarım tavrı kimlik oluşturmada son derece önemlidir ve bu nedenle görsel kimliğin önemli unsurları olarak kabul edilirler. Bu unsurları doğru amaçlar doğrultusunda tasarım alanlarında kullanmak kuruma ya da ürüne süreklilik, tanınabilirlik ve tutarlılık sağlamaktadır. Grafik tasarımın birçok uygulama alanlarında görsel kimliğin önemi çok daha fazladır. Bu alanlardan biri de süreli yayın olan dergilerdir.

Dergiler, 1920’li yıllardan sonra farklı kitlelere ulaşmak amacıyla yaygınlık kazanmıştır. “19 yy. ortalarında teknolojinin de gelişmesiyle birlikte dergiler insanların gündelik hayatında ve toplumun her kesiminde önemli bir rol oynadı.”⁶⁰ İşledikleri konuların güncel olmasına karşın, konuları ele alışlarındaki farklılıkları derginin gazeteden ayrılmasını sağladı. “Bir dergi gazeteler gibi sayfa yerini ikiye bölmek zorunda değildir. Ve taşıdığı bilgiler, günümüzde olan farklı düşünceler arasındaki iletişim için daha çok zamana sahiptir.”⁶¹ Dergiler okuyuculara yönelik, popüler kültür içerisinde önemli bir yerdedir. İnsanlar çeşitli ilgi alanlarına göre çıkarılan dergilerle iletişim halindedir. Bu nedenle dergiler ‘hedeflere’ (ortak ilgiler nedeniyle bir araya gelmiş tüm kadın ve erkekler) ulaşabilen bir iletişim aracıdır.

⁶⁰ Foges , Chris. (1999) “Magazine Design”, s .6.

⁶¹ Brody, Neville. (1988) The Graphic language of Neville Brody, s. 98.

Dergi, görsel iletişim mecralarından biridir. Baskı tekniklerinin gelişmesi ve hedef kitle özelliklerinin farklılığı ile buna bağlı olarak dergi içeriklerinin çeşitliliği, görsel açıdan kapak ve sayfa düzenlemelerinde birçok yeniliklerin ve farklılıkların gerçekleşmesini kaçınılmaz kılmıştır. Bu farklılıklar ve yenilikler derginin içeriğine ve felsefesine göre oluşturulan görsel kimlik tasarımları olarak adlandırılmaktadır.

Dergi tasarımında ‘kimlik’ kavramı tasarımın değerlendirilmesi açısından önem taşımaktadır. “Bir süreli yayının, yayın felsefesi, tarihi, yayınlayanın ya da yayıncılar topluluğunun dünyaya ve kültüre bakışı o yayının kişiliğini, yani “ruhunu” oluşturur. Yayının kişiliğinin görünür ya da gösterilir hale gelmesine görsel kimlik diyoruz.”⁶² Bir süreli yayın için görsel kimlik okuyucuda ‘hatırlanma’ ve ‘akılda kalma’ gücünü etkilemektedir. Böylelikle süreli yayının tanınmasını ve öteki yayınlar arasından ayırt edilmesini sağlamaktadır. “Süreli yayının görsel kimliğinin oluşmasında ve okuyucunun zihnine yerleşmesinde en önemli unsurlar süreklilik, tanınabilirlik ve tutarlılıktır.”⁶³

Dergi, kendi görsel yapısını meydana getiren logo, kapak, renk gibi görsel unsurların tasarlanmış hali ve bu görsel unsurların bağlı olduğu içeriğiyle kurumsal bir yapıya sahiptir. “Dergi içeriği ve içeriğinin bize ulaşan hali, yani tasarlanmış hali ile kurumsal kimlik çalışması gibidir”⁶⁴ Ayrıca dergiler hem içerik hem de biçim olarak tasarım sürecinden geçerek okuyucu kitlesine ulaşmaktadır. Bu nedenle hem içerik hem de içeriği hedef kitleye taşıyan her görsel unsur bir biriyle bir bütünü oluşturmalıdır. “... okuduğumuz dergiler parçaların bütünü, fotoğraflarıyla başlıklarıyla ortak bir yaratımdır.”⁶⁵

⁶² 101 Dergi,(2001) *Dünden Bu Güne Türkiye'nin Dergileri*, s.18.

⁶³ 101 Dergi, (2001) *Dünden Bu Güne Türkiye'nin Dergileri*, s.18.

⁶⁴ Tuncay, Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 32 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

⁶⁵ Foges, Chris. (1999) *Magazine Design*, s. 7.

Derginin ismi, içindekiler sayfası, sayfa içi düzenlemeleri, bir dergiyi meydana getiren genel yapısıdır. Ayrıca “derginin boyutları, kapağın ve iç sayfaların basıldığı kağıdın türü, dokusu, rengi, logo renk kullanımı, başlıklar, metinler, dipnotlar, resim altları ve öteki bilgiler için yazı karakteri ve yazı büyüklüğü seçimi, layout, yani sayfaya yerleştirme biçimi, bütün olarak tasarım tavrı, görsel kimliğin bileşenleridir.”⁶⁶ Dergiyi meydana getiren bu parçalar bütünü, görsel kimlik hakkında önemli iletiler taşır.

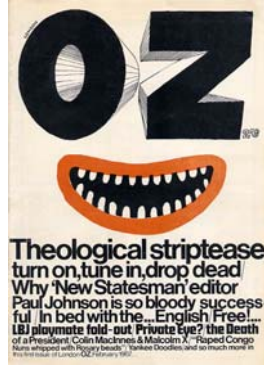
Dergiler belirli bir alan ya da konuyla ilgilidir. Yani hedeflerine ulaşma amacıyla belirlediği düşünceler doğrultusunda hazırlanır. Bu durum dergilerin belirli bir felsefe taşıdığını da göstermektedir. Mimari alan için hazırlanan bir dergi, mimari ve onunla bağlantılı olabilecek alanlarla ilgili içeriğe sahiptir. Mimari alanının dışında olabilecek kozmetiklerle ilgili bir konu dergi içeriğine yansımayacaktır. Bu durum dergi amaçlarına ve ulaşılmak istenen kitlenin beklentilerine yönelik değildir.

Dergi için içerik bir kimliktir. Aynı durum, bu derginin görsel unsurları için de söz konusudur. Günümüzde aynı ya da farklı alanlarda bir çok dergi raflardadır. Belirli bir alan için hazırlanan derginin görsel unsurları, alanla ilgili bilgileri biçime taşıyarak hedef kitleyle iletişim kurar. Bilginin biçime taşınmasıyla da o derginin içeriğine özel görsel bir kimlik oluşur. Oluşan görsel kimliği her sayıda aynı tasarım tavrıyla devam ettirmek ya da her sayıda farklılık yaratarak dikkat çekip, okuyucu zihninde yer etmek isteniyorsa tutarlılık ve devamlılık içerisinde olabilmelidir.

⁶⁶ 101 Dergi, (2001) *Dünden Bu Güne Türkiye'nin Dergileri*, s. 18.



Örnek 79: Oz Dergisi (1970)



Örnek 80: Oz Dergisi (1967)

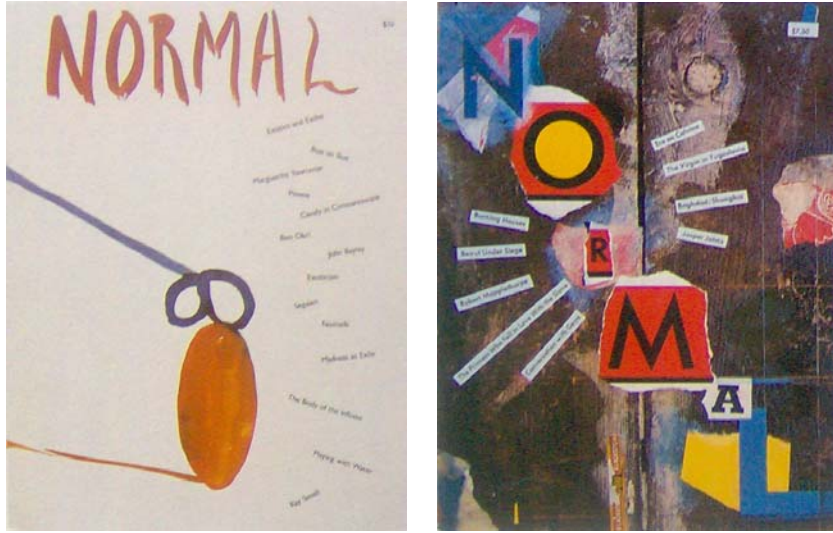


Örnek 81: Oz Dergisi (1970)

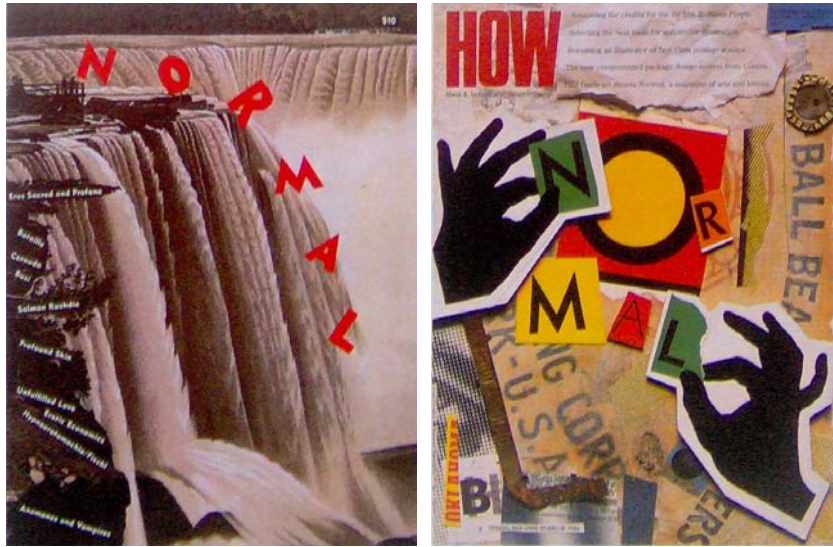
Örneğin 1967 yılında tasarlanmış bir dergi olan “Oz” her sayıda değişen formatlar kullanmıştır(Örnek 79-80-81). Sayfa planları, kapak kadar, farklı ve değişken olmuş, parlak ve canlı renkler kullanmıştır. Oz Dergisinin kendi döneminde yarattığı bu farklılıklar dergiye ait bir kimlik oluşmasını sağlamış ve böylelikle derginin hatırlanılmasında yeterli olabilmiştir.

Dergilerdeki farklılıklar sadece logonun kullanım yeri ve şekliyle de sağlanabilmektedir. Birçok dergide logolar standart bir düzen olan dergi kapağının üst bölümünde ve değişmeyen biçimiyle kullanılmaktadır. Dergilerde görsel kimlik oluşturma ve böylelikle okuyucu tarafından hatırlanırılığını, fark edilmeyi kolaylaştırma ve tutarlılık sağlama adına doğru bir yaklaşımdır. Çünkü logonun kendisi kadar, kullanım yeri ve biçimsel yapısı da derginin görsel kimliğinin önemli bir parçasıdır. Logolar dergiyi niteleyen, tanımlayan ve o özelliklerini taşıyan görsel bir simgedir. Genel olarak logolar dergilerde yayınlanan sayının konusundan önce, derginin amaçlarını, iletilmek istenen mesaja ve ulaşmak istenen kitle özellikleri dikkate alınarak tasarlanmaktadır. Fakat logolar da derginin o sayısının konusuyla da bir bütün olarak düşünülebilmektedir. Bu duruma örnek sayılabilecek olan 1987 yılında yayınlanmış “Normal” dergisinin logosu, derginin o

haftaki sayısında kullanılan kapakla bir bütün olarak düşünülmüştür. Bu durum göstermektedir ki; dergi için görsel kimliği meydana getiren bileşenler kadar, görsel kimlik oluşturmada bu bileşenlerin nasıl kullanılacağı derginin içeriğini ifade etmek için bir yol/yöntem olarak önem taşımaktadır. (Örnek 82-83)



Örnek 82: *Normal Dergisi* (1987) Poul Davis



Örnek 83: *Normal Dergisi* (1987) Poul Davis

“Ana plan, devamlılık ve kimlik için sürekli olmalı. Okuyucuya dergiyi sık sık hatırlatmalı”⁶⁷. Bu durum dergilerin bir bütün olarak ve bir kimlikle kendisini ifade etme ihtiyacını gerekli kılar. “Dergi tasarımı yapılırken, en önemli şeylerden biri; sadece o dergiye ait olacak ve içeriğini ifade edecek bir yol bulmaktır. Bu diğer dergilerin arasında hatırdan kalan, tanımlanmış bir ‘ses’ yaratmak demektir.”⁶⁸

Her dergi içeriğiyle birlikte sahip olduğu görsel unsurlarla bir biçime dönüşerek kendi sesini yaratır, kalabalık iletişim ortamında varlığını ve etkisini güçlendirir. Böylelikle her dergi kendi görsel kimliğinin oluşturduğu dili kullanarak, iletişim ortamında varlığını güçlendirir.

III.2. Dergide Görsel Kimliği Oluşturan Unsurlar

III-2-1- Format (Boyutlar)

Dergi tasarımına karar vermede ve dergiyi üç boyutlu hale getirmede ilk adım, derginin formatıdır. Dergi tasarımında format, ayrı bir iletişim sorunu olarak ele alınmalıdır. Bu soruna bulunacak çözüm ise tasarlanacak derginin ekonomik nedenler dışında dergi içeriği, kullanım amacı ve yeri önemli bir etken olmaktadır.

Format, dergi için kendine özgü biçimsel bir özelliktir. Bu nedenle dergiler uzaktan kendine özgü bu biçimsel özellikleri ile hemen tanımlanabilir ve/veya hatırlanabilir olabilmektedir. “Format bir konudan diğerine aynı kalan, ana boyut ve fiziksel yaratımlar ya da tipografik sürekliliğe ek olarak derginin şeklini içerir.”⁶⁹ Zamanla tüketici satın aldığı dergiyi önce formatıyla tanır. Daha sonra ise hem içerik hem tasarım

⁶⁷ Conover, Theodore E. (1995) *Graphic Communications Today*, s. 284.

⁶⁸ Tuncay Ayşe Melis. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 32 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

⁶⁹ Conover, Theodore E., (1995) *Graphic Communications Today*, s. 290.

olarak tanıyarak onun hakkında bilgilenir. Sahip olduğu bu deneyimi sayesinde almak istediği ürünü benzerleri arasında rahatlıkla algılayabilmektedir.

Format, raflarda bulunan dergilerin kapak tasarım dili, kapak üzerinde yer alan logonun renk ve biçim olarak algılanması dışında, öncelikli fark edilen görsel özelliklerden biridir. İnsan renkten önce biçimi algılamaktadır. “ ...aydınlatma, yaklaşma veya genel algılama bölgesinden merkeze doğru hareket etmek suretiyle yavaş yavaş beliren fiziksel varlık(nesne), renklerden çok daha önce fark edilmektedir.”⁷⁰ Bu durum insanın retina yapısıyla ilgilidir. Format dergiler için raflarda tüketiciyle ilk iletişime girme noktasında üç boyutlu görsel bir özelliktir.

Dergi tasarımında formatı belirleyen ölçütler vardır. Bunlar baskıda kağıdın boşa gitmesini en aza indirecek ölçünün belirlenmesi ve yayını okuyucuya ulaştırmada veya satmada amaçlanan yöntemler olarak sıralanabilir. Kimi dergilerde dosyalama ile arşivlenmesi; kimilerinde de cepte taşınabilir olması amaçlanabilir. Dergi kimliğini yaratma noktasında da etkin bir rolü olan format, kimi zaman her sayıda aynı kalabileceği gibi, her sayıda farklı olabilmektedir.

Aynı kategorideki dergilerden farklı formatlar da tercih edilebilir. Bu farklılıklar hedef kitleyi etkileme, dikkatini çekme ve akılda yer eden bir iletişim kurma amacıyla yapılabilmekte olan yöntemlerden biridir. Ayrıca bir derginin, farklı bir formatla sunulmaya çalışılması, o dergiyi benzerlerinden ayırt eden ve kendi kimliğini formatı üzerinden yaratabilmeyi hedefleyen bir anlayışın ürünü olabilmektedirler.

Dergilerin kapalı halde iken sahip olduğu format, sayfalar açıldığında sayfaların yan yana geliş biçimiyle de benzerlerinden farklı bir nitelik kazandırabilmektedir. Kare olan derginin sayfaları açıldığında dikdörtgen bir formata

⁷⁰ Genç, Adem.(1990,) *Görsel Algılama*, s. 18.

dönüşebilir. Bu nedenle, format belirlenirken derginin açık ve kapalı duruşu da düşünülmelidir .

Format, bir bütünün parçası olması nedeniyle dergi özellikleri doğrultusunda verilmesi gereken bir karardır. Dergi kimliğinin tüketiciyle karşılaştığı görsel tasarım dili öncelikle formattır ve derginin hedef kitleye ulaşma noktasında son derece önem taşır.

III-2-2- Marka

Belirli tüketici ve ürün arasında iletişimi sağlayan, tüketicinin ürüne ilişkin hatırladığı, ürünü tanımlayan, aynı kategorideki ürünlerden farklı olmasını sağlayan ve ürün üzerinde sunulan marka, ürün için büyük bir önem taşımaktadır.

Sanayi devrimi ile birlikte reklamcılık ve pazarlama teknikleri gelişmiş ayrıca üreticilerin ticaret ve tüketici üzerinde belirli bir etkinlik sağlama ihtiyacı daha da önem kazanmıştır. Bu dönemde tüketici taleplerinin artması ve teknik olanakların kolaylaşması üretimde belirgin bir artışa neden olmuştur. Yoğun rekabet koşullarının etkisiyle birbirine benzer ürünlerdeki artış ve bununla birlikte tüketicilerin aynı kategorideki bütün ürünleri aynı olarak algılama tehlikesi üzerine üreticiler, ürünlerini farklılaştırma arayışına girmiştir. Günümüze kadar önemi giderek artan marka, üreticilerin ürünlerini farklılaştırma amacıyla ürünlerine verdikleri adla, bu adları korumak için alınan patent ve reklamlarla müşterileriyle doğrudan iletişim kurmada önem kazanan gelişim sürecine devam etmektedir.

Geniş bir kavram olan marka, bağlı olduğu ürünü ya da firmayı temsil eder. Ürünün şekli, yapısı, o ürüne özgü herşey marka kavramının içinde yer almakta ve marka tanınırlığını sağlamaktadır. “ ...marka tanınırlılığı ürün tasarımı, ambalaj, logo ya da

sembol vb. görsel araçlar ile doğrudan ilgilidir.”⁷¹ Üretimin artmasıyla ve üreticilerin güçlenmesiyle birlikte markalama süreci başlamıştır. Bu süreç içinde marka ismi ve marka isminin sembolü olan logoyla birlikte tüm görsel unsurlar, ürünü benzerlerinden ayıran ve tanımlayan önemli bir araç haline dönüşür. Farklı kategoride varlık kazanan her ürün marka olabilme özellikleri taşımaktadır. Markalaşma için önemli olan ürün kimliğine, hedeflerine uygun yöntemler belirlenmesi ve iletişim ortamında bu yöntemlerin uygulanmasıdır. Kimliği, ismi, amacı ve ulaşmak istediği belirli kitlesiyle her ürün iletişim ortamında varlığını sürdürmektedir. Dergiler farklı kaynaklar olarak insanların ilgi alanlarına göre bilgi edinebildiği, iletişim ortamında varlığını sürdüren kitle iletişim aracıdır. Belirli aralıklarla yayınlanmakta olan dergiler kendine ait özellikleri ile markalaşabilmektedirler. Kapağında, sayfalarına, kuruluş amaçlarına kadar birçok unsurla ortaya çıkarılan bu kitle iletişim aracının marka olabilmesini sağlamak için sahip olduğu tüm özellikleri için doğru marka yöntemleri oluşturulmalıdır.

Bir dergi için marka olma yolunda başarı, hedef kitlenin beklentisi ve ihtiyaçlarının karşılanması; ayrıca tüketici kitleyle iletişim kurulmasının önemli bir yeri vardır. Günümüzün gelişen teknolojisi ile meydana gelen değişim ve ürünler arasındaki farklılıkların azalması, bilgi artışı, rekabet koşullarının ağırlaşması ve eskiye göre daha bilinçli bir kitlenin varlığı iletişime verilen önemi artırmaktadır. Marka tanınırlığı sağlamak, markanın imajını yansıtmak ve marka hakkında bilgi aktarımı sağlamak için etkin iletişim ve pazarlama yöntemlerinin oluşturulması kaçınılmaz olmaktadır.

Marka, bulunduğu konum ve taşıdığı kimlikle farklılık yaratarak, ürünün farkındalığını güçlendirir; onu hatırlanabilir ve tanınır kılar. “Marka bir isim, sembol,

⁷¹ Aktuğlu Karpat, Işıl (2004) *Marka Yönetimi*, s. 30.

dizayn ya da firmanın sunduğu ürünleri rakiplerinden ayıran tüm öğelerdir.”⁷² Derginin formu, içeriği, ambalajı dışında o dergiye özgü her şeyin marka kavramının içinde yer aldığı söylenebilir. Bu nedenle bir dergi için markanın birçok bileşenden meydana geldiğinden söz edilmelidir. Bunlar ise logo, isim, özellikler, beklentiler/algılar (imaj), hizmet ve yararlaraya yönelik sözlerdir. Bu bileşenler sayesinde tüketici zihninde dergi hakkında belirli izlenimler şekillenmekte ve derginin etkileme gücü tüketicide daha fazla olmaktadır.



Marka kavramı ilk olarak belirli bir ürün ya da ürün grubunun benzerlerinden farklı olmasını sağlayan isim, logo ya da tasarım olarak tanımlanabilir. Markanın adı yazılabilen ve söylenebilen sözlü işarettir. Örneğin nike, adidas, selpak birer marka adıdır. Marka adının kısa ve benzerleri arasında ilk olması akılda kalıcılığını ve farklılığını güçlendirir. Bu adların işareti olan logolar ise, marka isminin insanların

Örnek 84: *Time Dergisi* (2005)

belleğinde kalacak şekilde belirli renk ve yazı karakterlerinin kullanımınıdır. 1923 yılında Henry R. Luce ve Briton Hadden tarafından yaratılan ilk haftalık uluslararası haber dergisi olan ‘Time’ kırmızı kenar çizgiye sahiptir(Örnek 84). Farklı alt markalarında da (Time Business, gibi) kullanılan kırmızı kenar çizgi, tüm yayınları arasında birliktelik sağlamak ve tutarlı bir marka kimliği yaratmaktadır.

Markanın hatırlanmasını sağlayan ise, tüketicinin önceki bilgilerini kullanabilme yeterliliğidir. Markanın farkındalığını meydana getiren marka tanınırlığı ve hatırlanırılığının güçlendirmede marka çağrışımları da önem taşımaktadır. Bir dergi için

⁷² Aktuğlu Karpat, Işıl. (2004) *Marka Yönetimi*, s. 12.

çağrışım doğrudan ya da dolaylı olarak dergiye özgü nitelik ve faydaları kapsar. Bu çağrışımlar markanın benzerleri arasından sıyrılarak farklılaşmasını sağlamaktadır. Tüketicilere markaya ait bilgiler çağrışımlarla hatırlatılabilmektedir. Satın alma kararı aşamasında logo vb. markaya ait semboller bu işlevi görmektedir. Örneğin National Geographic logosu olan sarı dikdörtgen çerçevenin dergi kapağına sarı kenar çizgi olarak taşınması, kalın, parlak sayfaları, yazı tipi kullanılan ilginç ve farklı fotoğrafları dergiyi farklı ve özel bir ürün haline getirmektedir (**Örnek 85-86**). *National Geographic* dergisi farklı ülkelerde de yayın hayatına geçmiştir. Logosunu “İster İngilizce, ister Romance baskısına bakın derginin sarı kenar çizgili kapağı anında tanırırsınız.”⁷³ Aynı zamanda derginin entelektüel, bilimsel içeriği olması saygın ve zeki bir imaj yaratarak markanın tüketici karşısındaki konumunu ve tercih edilme nedenlerini etkilemektedir. “Birçok marka çağrışımları markanın tercih edilmesini sağlayan belirli nitelikleri ya da yararı (satın alma nedeni) içerir.”⁷⁴ Bu noktada marka imajını belirleyen ise bu çağrışımlar olduğu söylenebilir.



Örnek 85: *National Geographic Dergisi Logosu*, (2006)

Örnek 86: *National Geographic Dergisi*, (2005)

⁷³ Tungate, Mark. (2004) *Marka Abideleri*, s. 196

⁷⁴ Uztuğ, Ferruh. (2003) *Markan Kadar Konuş*, s. 32

Marka ve tüketici arasındaki bağı oluşturma açısından derginin de marka kişiliği önemlidir. Çünkü marka kişiliği, tüketicinin markayı kolayca tanımlayıp ifade edebileceği bir özellik katmaktadır. Marka kişiliği kavramı, bir insanda var olan kişilik özelliklerinin markayla ilişkilendirilmesi duygusal bir bütünleşme sağlanması olarak tanımlanabilir. “Bir markayla çağrışlandırılmış insani özellikler” olarak; çağdaş, genç, entelektüel, tutucu, yaşlı gibi sıfatların markalara taşınmasını açıklar.”⁷⁵ Dergiler için de bu söz konusudur. Markanın kişiliği, tüketici ile dergi arasındaki iletişimden etkilenmektedir. Bu nedenle ürünle ilişkili olan tüm özellikler marka kişiliğini kapsamaktadır. Bunlar, derginin kategorisi, marka adı, sembolü, tanıtım şekli, fiyatıdır. Marka kişiliği sadece ürün özelliklerinden değil, onların sunulduğu pazarda ulaşmak istediği hedef tüketicinin özelliklerine yönelik de oluşturulur. “Marka kişiliği; belirgin bir karakter, sembol, aktarımlar, yaşam tarzı, kullanıcı tipleri gibi unsurları kapsamaktadır.”⁷⁶ Bu kişilik oluşumunu gerekli kılan ise her geçen gün artan benzer ve birbirine rakip ürünlerin aynı piyasada olmasıdır. Doğru bir marka kişiliği oluşturabilmek için, hedef kitlenin analizi yapılmalı, değerleri, amaçları ve yaşam tarzları ile ilgili bilgilere göre marka kişiliği biçimlenmelidir.

Tüketicilerin marka ismiyle ilişkilendirdiği özellikler, duygular, ürün kişiliği ve çağrışımlar bütünü kapsayan marka imajı, marka konumlandırmasında önem taşımaktadır. Marka imajı tüketicinin etkileşim içinde olduğu ve markaya ait tüm ürün nitelikleri (logo, ambalaj, fiyat, pazarlama, tanıtım vb.) aracılığıyla yansıtılmaktadır. “Marka imajı, tüketicilerin ürünle özdeşleştirdikleri anlam ya da tüketicilerin üründen

⁷⁵ Uztuğ, Ferruh. (2003) *Markan Kadar Konuş*, s. 41.

⁷⁶ Aktuğlu Karpat, Işıl. (2004) *Marka Yönetimi*, s.29.

anladıklarının toplamı olarak tanımlanabilir.”⁷⁷ Bir çok dergi markalaşma yolunda marka imajını güçlendirmek için tanıtıma büyük bir önem vermektedir. Bu nedenle dergi kimliğiyle örtüşen tanıtım yöntemleri kullanılmaktadır. Farklı tanıtım yöntemleri vardır. Bunlardan bir kaçı dergi sayısının çıkmasıyla birlikte dergiyi tanıtıcı afiş, ilan, web sayfası vb. hazırlanması ve dergi içeriğiyle uyumlu etkinliklerin (TV programları, konserler vb.) marka sembolü kullanılarak sponsorluk adı altında desteklenmesidir.

Marka sadece bir isim ve bu ismi görsel boyutta simgelemede tek işlevselliğe sahip bir kavram değildir. Marka bir ürünün ya da firmanın tanınabilirliği ve hatırlanabilirliği noktasında belirli bir ürün ya da firmayı hedef kitle üzerinde etki bırakarak konumlandırın ürüne ait parçaların bütünüdür.

III-2-3- Kapak

Bir tasarım ürünü olan dergilerin en önemli unsurlarından biri de kapaklarıdır. Kapak, bir derginin hem bir ambalajı hem de hedef kitleyle ilk karşılaşmadaki etkisi bakımından kıyafeti gibidir. Bu nedenle bir derginin kapak tasarımı da -diğer görsel unsurlar gibi- grafik tasarım sorunu olarak ele alınır ve çözümlenir. Dergi kapağı, derginin içeriğini okuyucuya taşıyan bir iletişim alanıdır ve içerik hakkında ipuçları taşır; çoğu zaman da içeriği tamamen yansıtabilir.

Dergi raflarındaki pekçok dergi, hedef kitlenin görme alanına girmektedir. Hedef kitle, görsel iletişimine ilk olarak dergi kapaklarından başlar. Dolayısıyla bu iletişim alışverişinde dergiyi tüketiciye tanıtan en önemli unsur onun kapaklarıdır denilebilir. Kapak görsel iletişimi başlatır, dikkat çeker, etkiler ve dergiyi tanıtır. Kapak, görsel unsurların tasarlanmış halini ve bu görsel unsurların bağlı olduğu içeriği hedef kitleye

⁷⁷ <http://www.megah.com.tr/marka2/markamimarligi.htm> (2006)

taşıyan yüzeyle; “...insanların ilk gördüğü penceredir. Onların, periyodik olarak uyarılmalarına neden olur.”⁷⁸ Kapak insanların merakını ve ilgisini çekebilme gücüne sahiptir ve buna var olan tasarım diliyle ulaşabilir. Hedef kitlesine kendisini okutturmalı ve merakını da uyandırabilmelidir. Bu nedenle içerikle biçimin ilişkisi bir bütün olarak düşünülmelidir.

Kapakta genellikle dergi logosu, sayısı, yayım tarihi, fiyatı, farklı ülkelere göre belirlenen fiyatı, ISBN numarası, o sayıdaki içerikte yer alan konuları tanımlayan başlıklar yer almaktadır. Kapak yüzeyinde sözcükler ve görüntüler, iletilmek istenen mesaja göre bir araya gelir ve çözümlenir. Dergi kapağında yer alan tüm yazılı ve görsel biçimler, dergi kimliğini yansıtır biçimde kullanılmayı gerektirir. Her derginin kendi kimliğini meydana getiren görsel bir dili vardır. Bu görsel dil neyin, nerede, nasıl kullanılması gerektiği kararının verilmesi sonucu oluşur.

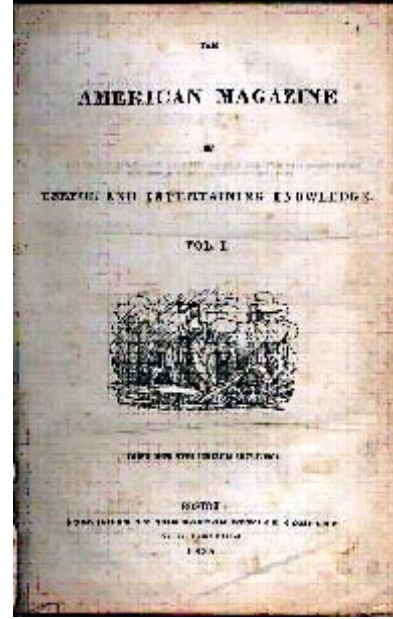
“1700’lü yılları kapsayan dönemde, kitap kapaklarının model alınarak tasarlandığı dergi kapaklarında sadece dergi ismi ve konuyla ilgili yazılar yer almaktaydı.”⁷⁹ Kapakta yer alan logo ve yazının kendine özgü belirli bir biçimi ya da düzenlemesi yoktu (**Örnek 87**). Daha sonraları dergi kapaklarında yer almaya başlayan resimlemeler, dergi içeriğini tanımlamaktan çok dekoratiflik kazandırmak amacıyla kullanılmıştır (**Örnek 88**). Yani kapak tasarımı, içerik ve biçim olarak dergiden bağımsız düşünülmekte ve dergi kimliğini yansıtacak belirli bir kapak düzenlemesi yapılmamaktaydı.

⁷⁸ Theodore E. Conover, *Graphic Communications Today*, s. 294-295

⁷⁹ [http://aejmcmagazine.bsu.edu/Testfolder/\(2006\)](http://aejmcmagazine.bsu.edu/Testfolder/(2006))



Örnek 87: *The Town and Country Magazine* (1788)



Örnek 88: *The American Magazine* (1835)

Günümüzün okuyucusunun ilgisini çekebilecek, yeni ve denenmemiş yolların araştırılması durumu, her görsel ürün kadar dergi kapakları için de geçerliliği olan bir süreçtir. Yeniliğin yapılmadığı noktada kendini devam ettiren, doğru olduğuna inanılan yöntemler halen kullanılmaktadır. Bu yöntemlerden birinin içerisinde yarattığı tasarım düzeninde;

- Modelin yüzünün üstüne gelecek şekilde geniş bir başlık,
- Nerdeyse tüm vücut kullanılarak poz veren model,
- Alışılmışın dışında ve etkili bir poz veren model,
- Modelin her tarafında kapak çizgileri, arka plana ve modelin pozisyonuna dikkat edilerek düzenlenmesidir.

Örneğin 1916 yılında yayın hayatına giren *McClure's* dergisinin temmuz sayısının kapağında yer alan bu yönetime günümüzde de rastlanmaktadır (**Örnek 89**). Kapakta yer alan fotoğraftaki figür, logoyla üst üste getirilmiştir. Dergi kapaklarının

tarihsel süreç içerisinde logonun kimi zaman kapak fotoğrafındaki figürün üstünde, kimi zaman ise altında olduğu görülmektedir (**Örnek 90**). Günümüzün sağladığı olanaklarla yaratıcılık bilgisiyle bütünleşmekte ve gelişen teknolojiyle birlikte başarıyla uygulanabilmektedir. Bu olanaklarla birlikte tasarım disiplini içerisinde soruna bulunan çözümler ve yöntemlerde daha ileriye dönük, kendini tekrarlamamanın ötesine geçebilmelidir.



Örnek 89 : *McClure Dergisi* (1916)



Örnek 90: *Burda Dergisi* (2006)

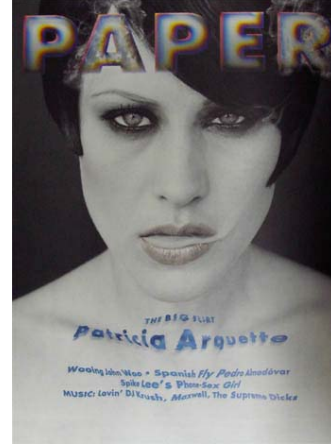
Dergi kapağında tasarım, fotoğraftaki figürden, resimlemeye ve tipografiden barkoduna kadar kapak üzerinde kullanılan her unsurun belirlenen amaçlara göre tasarım disiplini içerisinde çözümlenmesine dayanır. Bu nedenle tek bir yöntem kapak tasarımı için yeterli olmamalıdır ve olmamıştır. Kapak tipografiyle, resimlemeyle, fotoğrafla, sadece sembolik bir biçimle ya da tüm bu yöntemlerin amaca uygun olarak bir arada uygulanmasıyla çözümlenebilmektedir. Önemli olan mesajın biçime dönüşmesinde doğru yöntemin belirlenmesidir.

Kapak tasarımında konu bağlamında yaratılan görsel ifadenin diğer unsurlara taşınmasıyla kapakta biçimsel bütünleşme sağlanabilmektedir. Örneğin Paper dergisinin

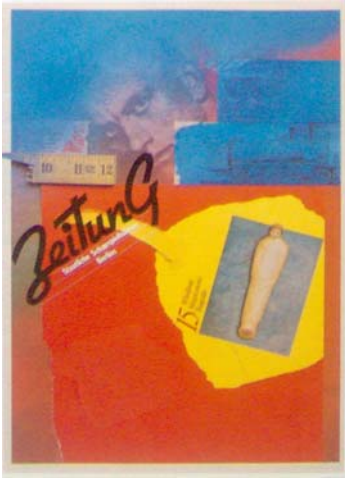
kapak tasarımında logonun kullanıldığı yer ve yazı karakteri değiştirilmeden yüzeyde yer alan görsel biçimler logoya da taşınmıştır. Kapaktaki figürün bir parçası olan bitki biçimlerinin tipografiyle yakalanan uyumu kapağın bütün olarak algılanmasını sağlamaktadır. Logonun her sayının kapak konusuna uyumlu yerleştirilmesi ya da genel yapısı değişmeden kapaktaki figür ya da resimlemeyle renk veya doku olarak ilişkilendirilmesi gibi kapağın geneline taşınan biçimsel benzerlik kapak tasarımına birlik sağlamaktadır(**Örnek 91-92-93-94-95**). İçeriğin biçime dönüşmesi noktasında tipografinin sayfa tasarımında yakaladığı etki mesajı daha vurgulu yaptığı söylenebilir. Sanat akımlarının ve hareketlerin de etkisiyle kapak tasarımlarında farklı yöntemler, geçmişten günümüze kadar kullanılagelmiştir. Bu yöntemlerin belirgin izlerini kapak tasarımlarında biçim olarak görmek mümkün olabilmektedir. Kübizmle nesnelerin özüne inmek adına görsel her unsur basit simgelere dönüştürülerek soyutlanmıştır. Fütürizmin sözcüğün ifade gücünü arttırmak adına dinamik tarzda tasarım anlayışı tipografiyi resimsel bir öge olarak kullanımını sağlamıştır. Beraberinde hem dergi kapaklarında hem de sayfa tasarımlarında tipografinin resimsel anlatımın bir parçası haline gelmesi, yeni anlatım dili yaratmıştır. Bauhaus, De Stijl ve Konstrüktivizm’de tasarımın tamamına yansıtılan geometrik düzenleme ve tipografideki asimetrik yapı yeni bir anlatım dili yaratmıştır. Düzen ve anlaşılabilirlik ilkelerinin sorgulandığı postmodernizmde görsel efektler ve tipografi sezgiye dayalı bir tasarım anlayışı ile uygulanmıştır.



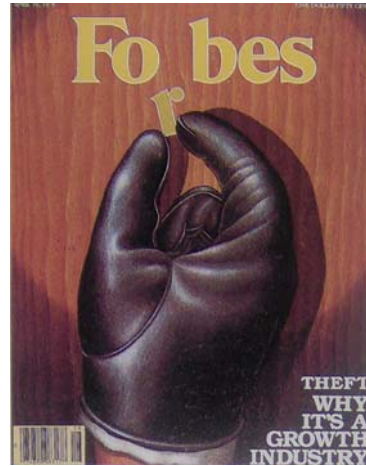
Örnek 91: *Paper Dergisi* (1995)
Tasarımcı: Molcolm Turk -Bridget De Socio



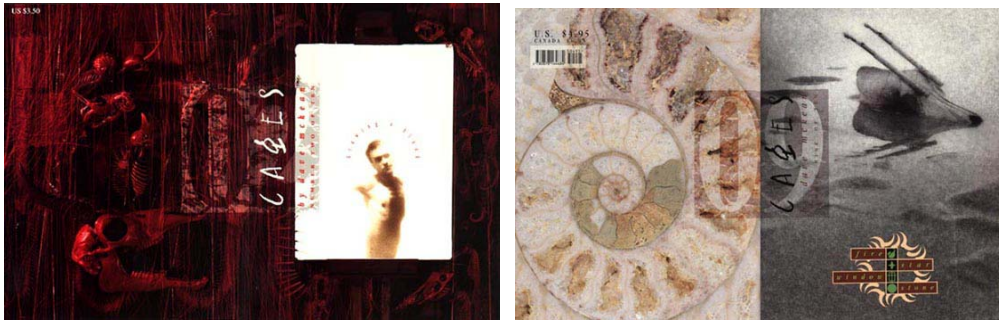
Örnek 92
Paper Dergisi (1995)
Tasarımcı: Molcolm Turk -Bridget De Socio



Örnek 93: *Zeitung Dergisi* (1985)
Tasarımcı: Poul Davis



Örnek 94: *Normal Dergisi* (1987)
Tasarımcı: Poul Davis



Örnek 95: *Cages Dergisi* (1995) Tasarımcı: Dave McKean

Tüketimin olduğu ortam, her nesnenin tasarımını önemli kılmıştır. Her ürünün alınmasının sosyolojik, psikolojik ve ekonomik nedenleri vardır. Bir derginin kapak tasarımı oluşturulurken sadece belirli olan dergi içeriği kadar hedef kitlenin özellikleri, algılama düzeyi, sosyolojik konumu, psikolojik açıdan beklentileri, yaşadığı çevrenin üzerinde yarattığı etkiler bir bütün olarak düşünülmelidir. Ayrıca kapak, akılda kalan, benzerleri arasında kendisini fark ettiren, içeriğine gönderme yapabilen, gerektiğinde iletişimi kolaylaştıran ya da -kimi zaman da- zorlaştırarak dikkat çekebilen, merak uyandıran niteliklerde olabilmelidir. “Her durumda, kapağın işlevi, afiş gibidir. Kapak derginin nasıl bir şey olduğunu açıklar ve hızlı olarak belli etmelidir.”⁸⁰ İletişim bombardımanı altında olan tüketici, benzerlerinden farklı olan özellikleri ile dikkatini çekecek olan bir dergiyle ilgilenecektir.

III-2-4 Sayfa Tasarımı

Yazı, fotoğraf, resimleme, renk vb. elemanlar belirli iletişim amaçları ve gereksinimleri doğrultusunda grafik tasarımda kullanılan görsel unsurlardır. Bu unsurlar tasarım yüzeyinde sadece bilgiyi değil, iletilmesi amaçlanan mesajı doğru seçilen görsel unsurlarla daha ilgi çekici duruma gelmesini sağlar. Sayfa tasarımının en önemli özelliği bu unsurların düzenleniş biçimidir. Böylelikle okuyucunun dikkatini çeker, kültür ve beğeni düzeyini yükseltir ve akılda kalıcı kılar. Tasarlanan yüzeydeki her birim, biçimsel yapılarının tasarım alanında yarattıkları görsel etki bakımından, kavramsal boyutta var olan sorunların çözümünde ‘varlık’ kazanır.

⁸⁰ Tuncay, Ayşe Melis,. (1998) *Dergi Tasarımı*, s. 35 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

Bu düzenlemelerin yapıldığı tasarım yüzeylerinden biri de ardı ardına gelen dergi sayfalarıdır. Her sayfa, bütünü oluşturan bir parçadır. Sayfalar kendi içinde ya da benzerlerinin arasında görsel anlatım diliyle farklılaşır ve hedef kitle ile iletişim ortamında grafik ürün olarak iletişime girer. Sayfaların her biri, belirli bir alan ya da konuyla ilgilidir. Konulara göre belirlenmiş ve seçilmiş yazılı ya da görsel biçimlerin bir araya getirilmesiyle sayfa düzenlemesi meydana gelir.

Dergi sayfalarının görsel unsurlarını –genel olarak- fotoğraf, resimlemeler ve yazı oluşturur. Sayfalardaki her görsel öğe, okuyucunun okumaya geçmeden önce konu hakkında ipuçlarını taşıyan kodlamalardır. Bu görsel öğeler, sadece bilgi vermeleri dışında okuyucunun dikkatini çekmesini, belleğinde iz bırakmasını ve dergi içinde kendi yönünü bulmasını da sağlar. Örneğin içindekiler bölümü, dergideki konulara başlık olarak yer verir ve okuyucuya bilgi iletir.

Dergiler, hem içerik hem de biçim olarak tasarım sürecinden geçerek okuyucu kitlesine ulaşmaktadır. Dergide sayfa tasarımı kapakla başlar. Kapakta logo, fotoğraf, resimleme gibi unsurlar, dergi içinde yer alan konu başlıkları, barkod gibi öğeler, belirlenen tasarım disiplinine bağlı kalarak bir arada kullanılır. İç sayfalarda ise, dergi içeriğine ait yazılar, yazı başlıkları ve konularla ilgili olan fotoğraf ya da resimlemelerle düzenlenir. Her düzenleme, sayfanın anlatım dilini yaratır. Anlatım dili derginin bütün sayfalarını kapsar ve okuyucuyla arasında kendi iletişimini yaratır .

Dergi sayfaları, sadece içeriğindeki yazıyla değil sayfa düzenlemesiyle de okuyucusuna kendisini okutturur ve tanıtır. Her sayfanın tasarım dili, derginin bütün kimliğini meydana getiren bir parçadır. Dergi sayfasındaki başlıklar, metinler, açıklama için eklenen dip notları, seçilen yazı karakteri, yazı büyüklüğü seçimi, sayfa kağıdının türü, kalınlığı-inceliği ve her görsel öğenin sayfa üzerindeki yerleşim biçimi görsel kimliği

meydana getirir. “Bütün tipografik biçimlerin bir sayfa üzerinde çift amaçlı varlığı söz konusudur: alfabetik iletişim amaçlı varlığı ve görsel biçim ve doku olarak varlığı. Bu sözcüklerin okumayı ve biçimleri görmeyi kapsar.”⁸¹ Sayfa üzerinde tasarımın her bir elemanı bir iletişim sorunu olarak ele alınarak, duruşuyla, yarattığı kimlik imajı ile kendine ait görsel dilini belirlemiş olur.

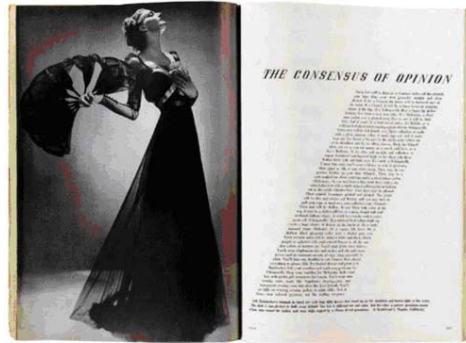
Sayfa tasarımının nasıl olması gerektiği, bir derginin tasarım aşamasına geçmeden kararlaştırılmalıdır. İçeriğe uygun belirlenmiş bir kimlik felsefesi ve ulaşılması amaçlanan hedef kitle, tasarımı meydana getirmede düşünülmesi gerekmektedir. Dergi sayfaları, içeriğin anlamsal olarak görsel ifadesini daha etkileyici yapmak ve güçlendirmek için yazının, resimlemenin ya da fotoğrafın bir biriyle ilişkileri, etkileşimi, aralarındaki zıtlıklar, biçimlerin sayfanın negatif alanıyla olan ilişkileri, boyutları, düzenlenişleri ile içeriği yansıtan anlamsal varlığı düşünülerek tasarlanır.

Her sayfa kendi içinde bir uyumu ve dengeyi barındırsa da bir bütünün parçası olması nedeniyle diğer sayfalarla da bir uyum ve dengeyi sağlayabilmelidir. Sayfalarda tasarım olarak benzer bir anlatım dili olabileceği gibi farklılıklar da yaratılabilir. Çünkü, dergi sayfaları aynı kapağın altında yer alır ve içerik olarak temelde aynı olsa da kendi içinde farklı bir konuya sahiptir. Amaç, sayfaların bir bütün olarak düşünüldüğünde tutarlılık ve uyum içinde olabilmesidir. Daha çok dergi felsefesiyle örtüşmesi gereken bu durum, dergi tasarımının ilk aşamasında verilmesi gereken kararlardır.

Dergi tasarımında bütünlük arayışını ve sayfaları düzenlerken farklı bir yaklaşımı ilk olarak uygulayan Alexey Brodovite'tir. Çünkü o yan yana ve ard arda olan sayfaları bir bütün olarak ele almış ve görsel elemanlar arasında ritmik bir hareket oluşturarak bütünlük sağlamıştır (**Örnek 96**). Sayfa üzerinde boşlukları da kullanarak,

⁸¹ Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, (Temmuz 1995, sayı 69) *Okunaksızlık modası*, İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.

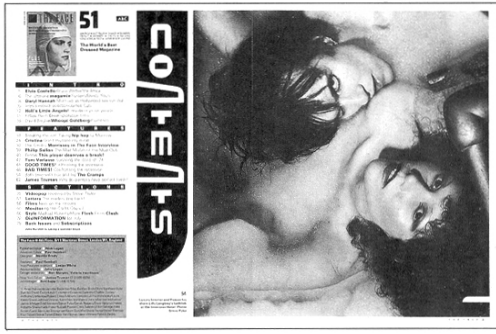
sayfa üzerinde her bir ögenin ayrı bir görevi olduğunu göstermiştir. Ayrıca tipografi ile fotoğrafik görüntüyü bir arada kullanarak tipografiyle fotoğrafı bütünleştirmiştir. Bu tasarım disiplini halen günümüzde de pek çok tasarımcı tarafından sürdürülmektedir.



Örnek 96: *Harber's Bazaar Dergisi*(1940-50) Alexey Brodovite

Var olan dergi sayfa tasarımı ve dergi kimliğini yansıtmadaki geleneksel tavır, ilk olarak Neville Brody tarafından sorgulanmıştır. Neville Brody, 1981-1986 yılları arasında tasarladığı *The Face* ile dergi tasarımının geleneksel yapısını sorgulamaya yönelmiştir. 'Her hafta tarzını değiştiren bir dergi' felsefesinden yola çıkarak geleneksel tarzlara karşı bir duruş yaratmıştır. Kendi kendine meydan okuma olarak tanımladığı dergi kimliğinin, ancak aynı kalmayarak sağlanacağını savunmuştur. Sayfa tasarımında

metinlerin yüzeyselliğini gidermek amacıyla metnin bulunduğu alanlara soyut biçimler koymuştur. Sayfalarda tipografi ve diğer öğeler arasında görsel bir ritim yaratmıştır (Örnek 97-98-99). Böylelikle The Face dergisi, diğer dergilerden farklı bir görünüm kazanmıştır.



Örnek 97: The Face Dergisi 1984



Örnek 98: The Face Dergisi (1984)

Örnek 99: The Face Dergisi (1985)

Dergi sayfaları da belirli amaçlar doğrultusunda tasarlanır. Yani iletişim sağlama amacıyla içeriğine ve anlatmak istediklerine bağlı kalarak tasarım disiplini içerisinde çözümlenir. Kullanılması gereken yöntemler bu sorunun çözümünde önem taşır.

III-2-5- Tipografi

Tipografi, yazılı iletişimin bütün alanlarında kullanılan harf, sayı, sembol, çizgi ve noktalama işaretleri gibi her unsuru, gerekli bilginin ve mesajın aktarılması amacıyla

tasarlanmasıdır. Mesaj iletmenin sayısız yollarından biri olan yazı duyguları, düşünceleri ifade eden her şeyi, biçime dönüştürerek varlığını tasarımda da kazanmıştır. Grafik tasarım iletişim sağlamak için fotoğraf, resimleme dışında tipografiyi de bir unsur olarak kullanmaktadır.

Tipografik tasarım, yazının en temel parçası olan harf ile başlar. Tasarlanan yüzeyde tipografik öğeler boşlukla ve bir biriyle etkileşim içerisindedir. Bu ilişki biçim olarak ve anlam olarak bir duyguyu bir kavramı ifade etmek için tasarım disiplini içinde yapılan belirli düzenlemeler olarak adlandırılabilir. Örneğin tasarım alanında fotoğraf ya da resimlemede görülen dairesel ya da diyagonal hareket yazıya da -görünmeyen bir çizgiyi takip ediyormuş gibi- taşınabilir. Bu durum sayfa üzerinde yazının kendi ritmini meydana getirir. Tipografi “...düşünceyi giydiren son öğeyi, onun maddesel güzelliğini yazının sistemi içerisinde biçimlendirir...”⁸² ve metne vurguyu arttırır. Cümlelerin anlamlarına, vurgularına ve sözel ritimlerine göre bölünebilir. Bölünen her parça taşıdığı anlama göre yazı karakteri, boyut ve renk gibi görsel özellikler, tasarıma canlılık kazandırılır. Böylelikle tipografik düzenlemedeki ritmin doğuşu kaçınılmaz olur.

Grafik tasarım hem görsel hem sözel iletişim yaratan tipografiyi belirli bir bilgi ya da mesajı iletme amacıyla ifade diline dönüştürmektedir. Tipografi bilgi veya mesajın amacına uygun bir biçim diliyle iletilmesinin yanı sıra bir tarz, kişilik, görsel bir dil olabilme gücünü taşımaktadır. Çünkü tipografi sadece okunan yazının değil duyuşsal ve kavramsal olarak var olan anlamları biçime dönüştürebilmektedir. Tipografi aracılığıyla kavramsal boyuttaki problem, görsel bir dille çözümlenebilmekte, tasarımdan uzak olan içerik, tipografiyle biçimlenip bir grafik tasarım ürününe dönüşmektedir.

⁸² Georges, Jean. (2002) *Yazı İnsanlığın Belleği*, s. 144.

Bu grafik ürünlerden biri de dergilerdir. Dergi sayfalarının tasarımında tipografi önemli bir öğedir. Tipografi “... harf, sözcük ve satırlarla ve boşluklama için gereksinen diğer öğelerle, belirlenmiş bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemeler”⁸³dir. Özellikle dergi tasarımında tipografi dergi kimliğini oluşturmada, ayrıca bu kimliği okuyucuya benimsetmede ve iletmede güçlü bir ifade diline dönüşebilmektedir. Logosundan sayfa içi tasarımlarına ve sayfa numaralarına, dokusal ve kavramsal taşıdığı anlamları ifade etmeye kadar, tipografi iletişim aracı olarak derginin her sayfasında varlık gösteren bir öğedir (**Örnek100**). Sahip olduğu ve bir araya gelerek yarattığı anlamsal, kavramsal, biçimsel ve dokusal etki tasarım yüzeyinde belirli amaçlara göre bir anlatıma dönüşür.



Örnek 100
Blur Dergisi
 Tasarımcı: Scott Clum (1992)

⁸³ Sarıkavak, Namık Kemal. (1997)*Tipografinin Temelleri*, s. 1.

Yazı karakterinin seçimi, sayfa düzenlemesi ve tipografik dilinin belirlenmesi, dergi kimliğinin görselleştirilmesinde çözümlenmesi gereken sorunlardır. Tipografi, dergi içinde iletişim ortamı yaratarak okuyucuyu yönlendiren hem sözel hem de görsel bir kodlamadır. “Dergide yer alan bir yazı birçok düzeyde var olur, sadece kelimelerle oluşmaz. Ve her tasarım, bu yazının içeriğini nasıl okuduğunuza bir şeyler katar. Kullandığınız karakter, puntosu, harf boşluğu ya da satır aralığı yaptığımız düzenleme, bütün bunlar bir yazıyı nasıl gözle okuduğumuzu etkiler.”⁸⁴ Grafik tasarımın her unsuru gibi tipografi de seçilen karakterden, karakterin büyüklüğünden, sayfada nerde duracağına kadar iletilmesi amaçlanan mesaj içerisindeki görevlerine göre sorgulanabilmektedir.

Derginin ismi, içindekiler sayfası, sayfa içi düzenlemeleri, bir dergiyi meydana getiren genel yapıdır. Dergi tasarımında tipografi logodan başlayarak, kapak ve iç sayfalara kadar her sayfada devam etmektedir. Tipografi, dergi içinde iletişim ortamı yaratarak okuyucuyu yönlendirmektedir. Derginin içindekiler sayfası, derginin içeriği hakkında bir duyuru olarak düşünülebilir; bu sayfa okuyucuya konuların ve her bölümün ne olduğu ve nerede olduğunu gösterir. Okuyucuyu yönlendiren ve bilgilendiren bir bölümdür. Sayfa numaralarıyla da bu sayfalar sıralandırılır.

Sayfa içinde okuyucuyu yazının başlangıcına yönelten yazının başlama biçimi, içeriğe bağlı kalarak farklı uygulanabilir. Dergi içinde bir yazının başlığı, içeriği biçime taşırken başka bir başlığın farklı biçimde düzenlenmesi, okuyucuya farklı bir bölümle ve içerikle karşı karşıya kaldığı bilgisini ileten bir yöntemdir.

Dergi amaçlarına ve içeriğine uygun düşünülen tipografi, yazıyla iletişim kurmayı sağlamakta ve derginin kimliğini görsel olarak da güçlendirmektedir. Böylelikle

⁸⁴ Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, (Temmuz 1995, sayı 9) *Neville Brody*, İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.

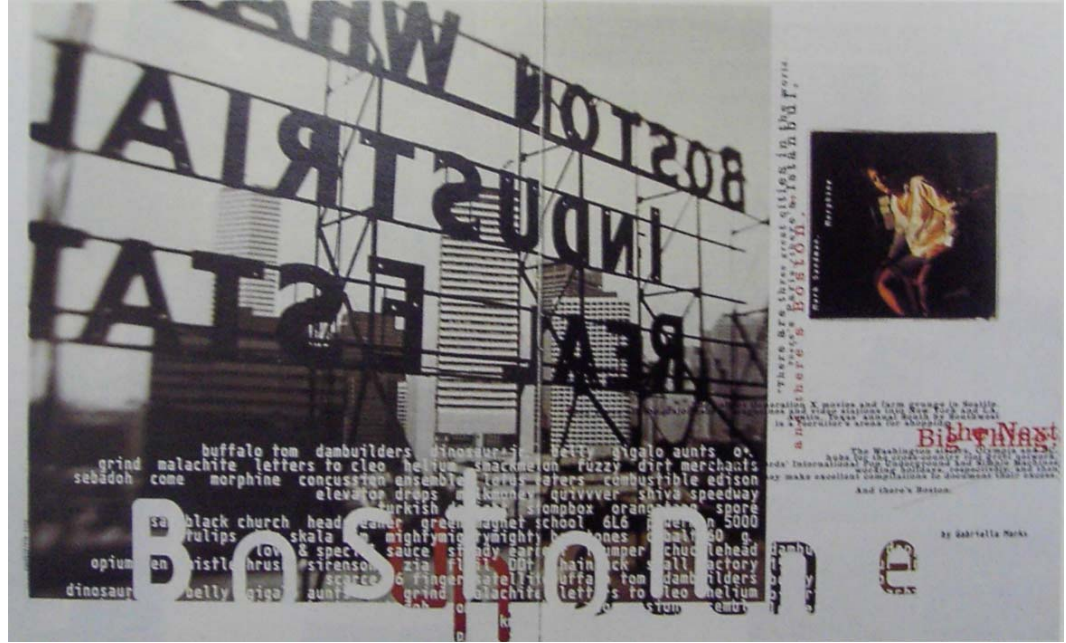
nitelikleriyle benzerlerinden sıyrılan dergi, kimliğini tipografi aracılığıyla biçime taşımış olur.

“Tipografinin temel işlevi okunurluluktur...” yazının görevi tasarımda bu tanımla belirlenmiştir.⁸⁵ Okunurluluk, tipografinin bilgi ve mesaj iletişiminde önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir. Temel amaç, tipografinin izleyici ile belirli amaçlar doğrultusunda bilgi akışı sağlamaktır. Genel anlamda gazete ve dergilerde yalın ve anlaşılır bir tipografik dil gerekliliği ön plandadır. Bunun nedeni ise, okuyucunun iletişimi en kolay yollarla kurmasını sağlamaktır. Fakat okunurluluğun en önemli unsur olarak görülmesi etkili mesaj ya da bilgi iletimini ikinci plana atmamalıdır. Yazı sadece mesaj ve anlam iletme değil görsel bir etki olarak da sayfalarda yerini alır. Bu düşünceyi savunan tasarımcılar tarafından dergilerde tipografinin sayfa üzerinde kullanımını sorgulanmıştır. Bunlardan biri olan müzik dergisi Raygun’ın tasarımcısı David Carson, tipografinin temel yapısı olan sağ-sol blok ve ortadan blok düzenini yıkan tavırla ve okunurluluğu zora sokarak okuyucuyu iletişime zorlamıştır. Dergi kimliği haline dönüşen bu tasarım dili, dergi kimliğinin akılda kalıcı olmasını sağlamaktadır (**Örnek 101-102-103**).



Örnek 101
RayGun Dergisi (1993)
Tasarımcı: David Carson,

⁸⁵ Uçar, Tefik Fikret. (2004) *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, s. 139



Örnek 102: *RayGun Dergisi* (1993) Tasarımcı: David Carson,



Örnek 103: *RayGun Dergisi* (1993) Tasarımcı: David Carson,

Metin düzenlemelerinde bilindik ve belirli temel yaklaşımlar vardır. Bunlar satır uzunlukları eşit olarak iki taraflı bloklama, satır uzunlukları değişken olan sağdan ve

soldan bloklama, yine satır uzunlukları değişken olan ortadan bloklamadır. Bu metinlerin satır uzunluğu ve satır arası boşluklar tasarımın gerektirdiği ölçüde değiştirilebilmektedir. Parağraf ise içten ya da dıştan başlatılabilmektedir. Görsel unsurların bütünlük içerisinde olması sadece metinlerin kendi içinde bloklanması değil diğer görsel öğeleri de içine almaktadır. Sayfa üzerinde tipografik her unsur diğer görsel biçimlerle etkileşim halindedir; bir bütün olarak tasarım disiplini içerisinde çözümlenir. Tasarım yüzeyinde tipografi, fotoğraf ya da resimleme gibi diğer görsel biçimlerle gizli bir hizalama çizgisi ile hizalanması, tasarımı durağan yapıdan kurtararak dinamik bir hareket kazandırmaktadır.

Okunurluluktan farklı olan okunabilirlik bütün tasarımı kapsar. Okunabilirlik sadece yazı karakteri değil tasarımın genelini (sayfa düzeni, yazının büyük-küçük olması gibi her düzenlenen unsuru) kapsamaktadır. “Postmodern grafik tasarımın öncülerinden Dan Friedman okunaklılığı etkili, açık seçik ve yalın ifadenin özelliği, okunabilirliği ise okurken ilgi ve zevk uyandıran, akli uyaran özellikler olarak”⁸⁶ tanımlamıştır. Bunlar, derginin sayfa başlangıcında okuyucuyu etkileme, dikkatini çekme, ifade gücünü artırma ve daha ilginç hale getirme adına yapılan tipografik düzenlemelerdir.

Tipografi, çoğu zaman metnin okunaklı olmasına hizmet ederken çoğu zamanda yazı karakterleri ve düzenlemelerinin ifadesinde kullanılmıştır. Bu durum tipografiye deneysel yaklaşımları beraberinde getirmiştir. Bu deneysel yaklaşımlarda eskinin tipografik dili, düzenlemesinde, harf boşluk aralıklarında ve teknolojinin sağladığı olanaklarla da kendisini göstermektedir. Tipografinin metnin içeriğine ters düşmeden hatta metni görsel olarak da destekleyici olması amacıyla temel yapı kırılıp, ritmik-dinamik bir kompozisyon tasarımlara uyarlanabilir. Kelimelerin izin verdiği ölçüde çağrışımlardan

⁸⁶ <http://www.grafist.net/yazilar/umakale01.html> (2006)

yaralanılarak okumayı çekici hale getiren canlılıklar tipografiye yansıtılır. Harf yazıyla iletişim kurmanın dışında, somut görsel bir biçim olarak kullanılması içerik ve biçim açısından farklı çözümler olanakları yaratır.

Dergi tasarımında var olan tüm kurallar her yeni dönemin getirdikleriyle beraber (teknolojik, bilimsel gelişmeler, dönemin sanat akımları ve hareketleri gibi) yeniden sorgulanmış ve bir sorunun çözümü haline dönüşmüştür.

Gerekli bilgi ve/veya mesajın aktarılmasında görsel bir öge olan yazı iletişimin bütün alanlarında kullanılan harf, sayı, sembol, çizgi ve noktalama işaretlerin her biri de tipografik karakterlerdir. Tipografiyle, harflerin harf kalınlıklarının, boyutlarının, kullanıldığı yerlerin seçimi bir mesajı ya da bilgiyi iletirken duygusal tepkileri belirleyebilmektedir. Tipografi dikkati çeker, var olana karşı bir duruş sergiler, gerektiğinde mantık sınırlarını zorlar, iletişimi zora sokar bazen de bir dinginlik yaratır, telaşa verir ya da sakinleştirir ve kimlik yaratarak iletilmesi amaçlanan mesajı dile getirir.

IV. BÖLÜM

TIPOGRAFİDE BİÇİM VE İÇERİK

IV.1. Biçim ve İçerik

Biçim ve içerik ilişkisi bir tasarımın oluşumunda ana unsur olmuştur. Bir tasarımda algılanan her şey biçim ve her şey içeriktir. Tasarım, kendi içerisindeki düzenlemeden, sözden, renkten, tondan, hareketten, ritimden başka bir şey değilmiş gibi algılanabilse de; bir tasarımın biçimsel yapısında içerikle ilgili bir kodlama, dile getirilen bir anlam, iletilmesi amaçlanan bir mesaj vardır. Bu nedenle biçim ve içerik birbiriyle ayrı gibi olsalar da tasarım alanında etkileşim halindedirler.

M. Kagan ‘Estetik ve Sanat Dersleri’ kitabında içerik ve biçim tüm nesnelerin, olayların ve süreçlerin somut var oluşu içinde, biçimi içerikten ayırmamış, içeriğin biçimleşmiş varlığı olarak savunmuştur. Nasıl bir müzik tonlardan meydana gelen bir birleşimle yarattığı anlatımla olamayacağı gibi, anlam taşımayan bir renk de olmayacaktır.

O halde tasarımda nedir bu biçim ve içerik? Tasarımda bir içeriğin olması ne demektir? Bu, belirlenen bir konu bağlamında iletilmesi gereken bir mesajın tasarımda yer alması demektir. İçerik bir devinim içerisinde ve biçimi belirler. Yani, “...dışsal olan şey, daima içsel olan şey tarafından belirlenir.”⁸⁷

İçerik, konunun ya da problemin tasarımın içinde aldığı durumdur. Grafik tasarım o konuyu belirli amaçlar doğrultusunda iletişim kurmak için sorun olarak ele alır ve kendi tasarım disiplini içerisinde fikir olarak çözüme ulaştırır. Bu nedenle bir tasarımın içinde anlatılmak istenen şey ‘içeriktir’ denilebilir. Anlatılmak istenen duygular, olaylar, düşünceler, anlamlar içeriği oluşturur. “Bir sanat yapıtının içeriği onu oluşturan

⁸⁷ Tunalı, İsmail, (2002) *Sanat ontolojisi*, s. 89.

gösterge sisteminin anlam yüküdür, yapıtın tüm görüntüsel dokusu içinde barınan ve ordan çıkan manevi bildirimdir.”⁸⁸ Anlatılmak, iletilmek istenen her mesaj, fikir içerik olduğuna göre, içerikle karşılıklı etkileşim içinde olan biçim nedir?

“Yeryüzünde her şey bir biçim ve madde bileşimidir.”⁸⁹ Biçim denilen şey nesnel olanın belirli bir araya gelişi, belirli bir düzenlenişi ve belirli bir denge yaratmasıdır. “Biçim, eserde yer alan bütün öğelerin birbirine bağlanıp örülerek meydana getirdikleri düzendir.”⁹⁰ Bu anlamda tasarım yüzeyindeki yazıların, resimlerin, fotoğrafların, geometrik şekillerin ve bunların yarattığı duyu atmosferinin arasında kurulan bağların bütününe biçim denilebilir. “Her eserin biçimi o eserdeki içerik öğelerine, fikre vb. bağlandığı gibi, içerikte ancak o biçimle belirleniyor.”⁹¹ Tasarımcı tarafından konunun ya da sorunun çözümlenmesi aynı zamanda biçime yoğrulması olarak da değerlendirilebilir. Tasarımı tasarım yapan biçimdir (yapısıdır) denilebilir. Tasarımda işlenen konunun büyüklüğü, önemi tasarımın niteliğini yukarılara çeken bir ölçüt değildir. Fakat doğru ve önemli olan bir fikrin olması, tasarıma bir değer katar. Tasarım, birçok görsel unsurdan meydana gelir. Bunların bir araya gelmesiyle oluşan anlamlar ve fikir, tasarımcının her unsuru değerlendirip gerekli olanı kullanması, gereksizleri ayırmasıyla ortaya çıkan -fikir ya da anlam olarak değil- bir değişim yaşar ve bir anlatım diline dönüşür.

Çözüme ulaştırılmış tasarımla görsel dille anlatılmak istenen açık, doğru ve etkili bir şekilde iletilmesi amaçlanır. Ayrıca tasarımın bir işlevi olması gereklidir. Tasarım ürününün hedef kitlesi veya tüketicisiyle ileti alışverişine girebilmesi, iletilmesi amaçlanan mesajın ulaşması, o tasarım ürününün işlevselliğini belirler. Tasarım kendi işlevselliği,

⁸⁸ Kagan, M.(1993) “*Estetik ve Sanat Dersleri*”, s. 428

⁸⁹ Fischer, Ernst, (1995) “*Sanatın Gerekliği*”, s. 115

⁹⁰ Moran, Berna.(2003) “*Edebiyat Kuramları ve Eleştiri*”, s.167

⁹¹ Moran, Berna.(2003) “*Edebiyat Kuramları ve Eleştiri*”, s.167

benzeri sınıfların (gıda, eğlence, kültür, gibi alanlar) yapabileceğinden daha iyisini yaptığı zaman artacaktır.

Ayrıca tasarımda kullanılan her öğenin izleyicide karşılığını bulması gerekir. Yani izleyicinin beklentileri, eğitim düzeyi, toplumdaki konumu gibi özellikleri dikkate alınarak kullanılacak görsel öğelere karar verilmelidir. Bir içeriğe sahip olan bu tasarımda konu ya da mesaj seçilmiş ya da kurgulanmış çizgi, yazı, resim, fotoğraf, renk gibi unsurlarla somutlaşır nesnelleşirler.

Grafik tasarımda anlatılmak istenen şey, o tasarımda ele alınan, ortaya atılan ve bir şekilde tasarım disiplini içerisinde çözümlenmesi gereken belirli bir sorundur. Soruna bulunan çözüm fikirdir. Yani tasarımda fikir eyleme dönüşmüş bir anlatımın iç anlamıdır denilebilir. Grafik tasarımın bir işlevi vardır. Bir tasarımın biçiminin, içerik karşısındaki göreviyle, biçimin işlevinin ne olduğu anlaşılabilir.

Bir tasarımın biçimi bir taraftan içeriği nesnelleştirirken diğer taraftan iletilmesi amaçlanan mesajın bildirimini de kendisinde taşır. Yani biçim soyut olarak var olan anlamı taşıdığı gibi, iletilmesi amaçlanan mesajı iletebilmelidir. “Biçim nasıl bir yazı okuma gerektiriyorsa, biçimsel bir sistemle ulaştırılan mesaj da algılamayı gerektirir. Gözle okuma içeriği kavramakta bir aşama, mesajı algılamaksa içeriğe karşı zihnin harekete geçtiği ikinci bir aşamadır.”⁹²

Kısaca biçim, içeriğin somutlaşmış tasarımıdır.

IV-Tipografide Biçim ve içerik

İnsan, iletişim ihtiyacını gidermek amacıyla birçok yöntem bulmuştur. İlk olarak resimle başlayan bu yöntem, yazı ile devam ederek günümüze, görsel iletişim alanı

⁹² Tansuğ, Sezer. (1980)*İnsan ve Sanat*, s. 187.

olarak ulaşmıştır. Bir kavramı, duyguyu, dışunceyi görünür yapmanın, ona biçim vermenin birçok yolu vardır, bunlardan biri de tipografidir.

Tipografi terimi, ilk kez metal harflerin tanımlanmasında kullanılmış olmasına karşın, günümüzde daha geniş bir anlam taşımaktadır. Tipografi yazı ve yazı unsurlarının (harf, çizgi, sembol, sayı ve noktalama işaretleri gibi...) tasarlanmasını kapsayan bir kavramdır. Ayrıca görsel olması nedeniyle, kavramsal boyutta var olan duyguları, dışnceleri fiziksel olarak tasarlayıp dile getiren dışlaştıran bir alan olarak da tanımlanabilir.

Tarihsel süreci içinde tasarımda var olan yaklaşımlar ve tarzlar, sabit kalmamıştır. Her dönem kendine özgü bir görüntü sunar bize. Bu görüntülerin belirleyici ve etkileyici özellikleri ise, o dönemlerin güncel sorunlarına aranan çözümlerden ortaya çıkmış olmalarıdır. Bu durum, tipografide biçim ve içeriğin etkilenmesini de kaçınılmaz kılmaktadır. Tipografi de döneminin birçok ekonomi, siyaset, bilim ve sanat akımları ve tarzlarından etkilenmiş ve zamanının gerektirdiği etkileri biçimine taşımıştır. Tipografide yapılan yeni tarz ve denemeler özellikle dergi ve kitap gibi basılı ürünlerde görülebilmektedir.

Günümüzün tipografik yapısı uzun bir değişimden bugüne ulaşmıştır. Matbaanın icadıyla baskı aşamasında baskıcının harf biçimini şekillendirmesi ve harf yapısına müdahale edebilme olanağını yaratması, yazının tasarım öğesi olarak görülmesini sağlamıştır. Böylelikle tasarım ve üretim birbirinden ayrılmıştır. Yazı oluşturulmasında kullanılan teknikler, harf biçiminde değişim yaratmada etkin olmuştur. Örneğin fırça ya da kesik uçlu yazı malzemeleri, yazının oranlarını ve yapısal biçimlerini doğrudan etkilemiştir. Kesik uçlu bir kalemin kullanımı kimi zaman yatayda inceliğe, dikeyde ise

kalınlıklara neden olmuştur. Çoğu zaman bu kalınlıklar eşit tutularak yirminci yüzyılın yazılarını, yani turnaksız(serifsiz) karakterleri ortaya çıkarmıştır.

Biçimsel yapının, yazıya da yansıtıldığı ilk örnekler, Art Novuea döneminde kullanılan resimlemelerdir (**Örnek 104**). Bu resimlemelerde, içeriğin yazıya yansıtılmış olması için ‘tasarımda bütünlüğün sağlanması’ amaçlandığı söylenebilir. Geleneksel yapının değişmezlik ilkesine ters düşen bu durum, yazının bir tasarım ögesi olarak görülmesini sağlamıştır. Bu dönemde, yazıdaki değişmezlik tutumunun yıkılması, grafik tasarımda yazıyı, soruna bulunan çözümde tek biçimsel yapı olmaktan kurtarmıştır. Ayrıca tipografinin tasarım aşamasındayken, kendi içinde amaca uygunluk ilkelerine ters düşmeden, nasıl uygulanabileceğine dair farklı olanaklar sunmuştur.



Örnek 104
Harper's Weekly Dergi Kapağı
Tasarımı
 Tasarımcı: Eugene Grasset
 1896

19. yüzyılla beraber eskiden yeniye geçiş olarak kabul edilen modernizm, geçmişte kalan her şeyi dışlamıştır. Sanayileşme ve teknolojinin gelişmesiyle insan hayatına giren yeni olanaklar sayesinde ihtiyaçlara bulunan çözümler de yeni olacaktır. Modernizm “mutlak ve sürekli bir deneysellik içinde daima, bir önceki ile yetinmeyen yeni

akımlar”⁹³ ile kendini göstermiştir. Modernizmin geleneksel tasarım anlayışını yıkan özgürlükçü tutumu kaçınılmaz bir sonuç olarak sanatı ve dolayısıyla sanatta biçim ve içeriği de etkilemiştir. Bu durumdan etkilenen grafik iletişimde, ilk büyük değişim tipografide gerçekleşmiştir.

Fütürizm, De Stijl, Dadaizm, ve Bauhaus gibi sanat hareketleri tipografiyi anlam-biçim ilişkilerine dayalı bir tasarım alanı haline getirmiştir. Ortaya çıkan bu akımlar, kimi zaman tipografik kuralları yok saymış kimi zaman da değiştirerek yoluna devam etmiştir. Fütürizm’de sözcüğün ifade gücünü arttırmak adına geleneksel tipografi anlayışını ve imla kuralları altüst edilmiştir. Böylelikle basılı sayfalarda yeni ve resimsel özelliklere sahip tipografik bir tasarım doğmuştur. Tipografi, sözcüklerin anlamlarını güçlendiren ve vurguyu artıran, sayfa düzenlemelerinde içeriği biçime taşımayla ilgili olacak şekilde ele alınmıştır(**Örnek 105**). Fütürist düşüncenin fütürist dile gelişi sayılan ve sayfada yayılan tarz yükseliş ve alçalışlarına ters; ayrıca, baskı uyumuna karşı duruş söz konusudur. “Aynı sayfada, gerekirse üç ya da dört farklı renkte mürekkep ve 20 çeşit hurufat kullanacağız. Örneğin: Benzer ve hızlı duyular dizisi için *italik* harfler, şiddetli onomatopeler için *kalın* harfler, vb.”⁹⁴ kullanımı resimsel sayfa tasarımında yeni bir yaklaşım olarak benimsenmiştir. Bu durum kendini belirgin bir biçimde Dada hareketinde de göstermektedir. Tipografi, daha çok görsel biçimler olarak tasarımda güçlü bir unsur olmuştur (**Örnek 106**). Bu dönem içerisinde tasarımın işlevinin birincil unsur olarak benimsenmeye başlanması, biçimin de belirleyicisi olmuştur. “Asimetrik tipografi, geometrik layout ve fotoğrafik illüstrasyon birlikte kullanıldıklarında modernist tasarımın yeni radikal biçim dilini tanımlıyorlardı.”⁹⁵ Bauhaus, De Stijl ve Konstrüktivizm’de de

⁹³ <http://www.geocities.com/ufukaksoy/post.htm> (2006)

⁹⁴ Batur, Enis. (2002) *Modernizmin Serüveni*, s.80

⁹⁵ Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, (Aralık 1991, sayı 50), “*Modernizm*”, İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu

yazı geometrik düzenleme ve asimetric tipografi yapısı üzerine anlatım dili oluşturmuş ve bunu tasarımın tamamına yansıtılmıştır. Çünkü yazı iletişim aracıdır ve ilk işi iletişim kurmaktır(**Örnek 107-108**). Duyguya gönderme yapan öğelerin dışlandığı, evrensel uyumu betimleme amacı tipografide içerikten çok biçimin yani anlatım dilinin öncelikli tutulduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir. En belirgin özellikler sayfa tasarımında ve basılı yayınlardan biri olan dergi tasarımında kullanılan tipografideki biçimsel yapıda görülebilmektedir. Modernizmin kendini sürekli yenileme felsefesi nesnel açıklık, anlaşılabilirliğe dayalı bir tasarım dili söz konusuydu. Tipografi kişisel anlatımlar ve farklı çözümlerden uzaklaşmaktaydı. Tırnaksız düz yazılar asimetric bir düzenleme içerisinde, düz ve işlevselliğin önceliğinden dolayı yalın tasarımlar hakim olmuştur. Bu tür eleştirilerle karşı karşıya kalan Modernizm, işlevin belirlediği sınırların yıkıldığı yeni bir dönemle karşı karşıya kalmıştır. Bu dönem postmodernizmdir. Eskiye reddetmek yerine eskiye ait malzemeleri yeniyle beraber kullanarak farklı anlatımlar yaratma amacındadırlar. Bu durum tasarıma biçim ve hareketlilik kazandırarak özgür ve dışavurumcu bir dönemi başlatmıştır. Tipografiyi sadece nesnel bilgi veren bir unsur olarak görmek yerine tasarımın görsel kişiliğiyle birlikte hareket edilerek farklı yönleriyle tasarlanması amaçlanmıştır. Yani her sorunun çözümünde kullanılması düşünülen tipografi o tasarıma özgü olarak hazırlanmalıydı.



Örnek 105
Typogramlar, BIF+ZF plus
18'den bir sayfa
Tasarımcı: Ardengo SOFFICI
1915



Örnek 106
Dada Merica Fotomontaj
Tasarımcı: George Grosz/
John Heartfield
1920



Örnek 107
De- Stijl Dergisi Kapak Tasarımı
Tasarımcı: Vimos Huszar
1916



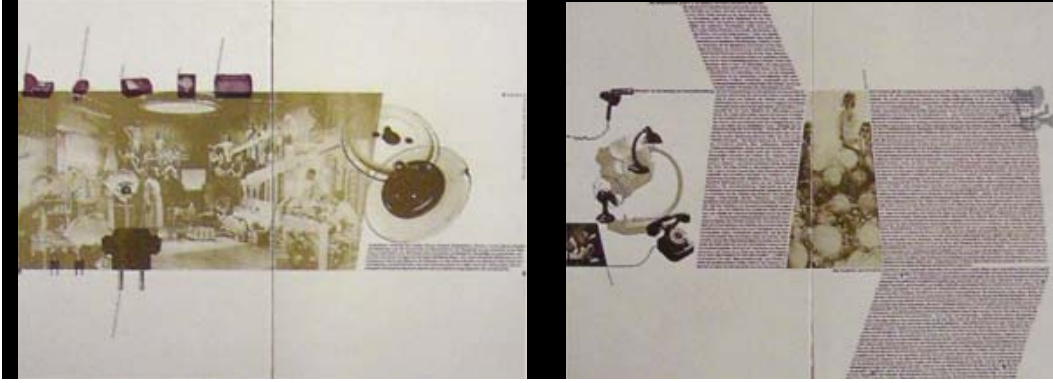
Örnek 108
Bauhaus Sergi Afişi
Tasarımcı: Joost SCHMIDT
1923

Postmodernizmin tipografisinde düzen ve anlaşılabilirlik ilkelerini sorgulanmıştır. Bu dönem tasarımcıları sayfa tasarımlarında görsel efektler, aynı tasarımda farklı yazı karakterleri yerleştirme ve harf boşluk aralıklarının ayarlarını sezgiye dayalı bir anlayışla tasarıma yeniden sokarak, dışavurumcu bir anlatım yaratmıştır. Bu dönemi teknolojinin sağladığı olanaklardan bilgisayar, laser gibi yenilikler tasarım tarzlarının biçimlenmesinde etkisi olmuştur.

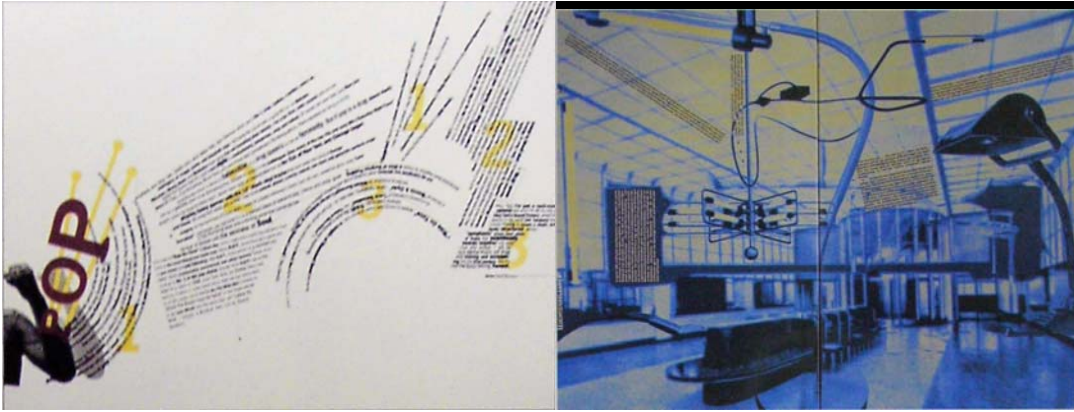
Artık tipografi içsel duyguyu, bir tepkiyi, düşünceyi dile getirmek için kullanılmaktadır. Düşünce süreciyle beraber oluşan tipografik yapıda kelimeler, cümleler hem kendi içinde hem de sayfa üzerindeki konumu açısından tasarlanarak bir anlatım diline dönüşmektedir.

Tipografik unsurlarla aktarılacak bilgi ya da mesajın sözcüklerin sıralanış biçimleri, tipografik karakterler, okunuş şekilleri, cümle yapısı, açıklamaları, birbiriyle etkileşim içindedir ve bir bütün olarak düşünerek tasarım sürecine girilmelidir. Tasarım sürecinin uygulama alanı bir afiş, ilan ya da dergi sayfaları gibi basılı yayınlar olabilir.

Sayfa tasarımında tipografi, mesajın önemli bir kısmıdır. Yazılar, kelimeler sadece bilgi iletme dışında farklı görevlerde kullanılabilir. Tipografi anlaşılır bir biçim diliyle bilgi iletmenin daha da ötesinde bir kişilik yaratma, görsel bir dil oluşturma gücünü taşıyan uzmanlık alanına dönüşmüştür. Tipografik tasarım, içeriğin nasıl algılandığına dair görsel ipuçları taşıyarak, sayfa üzerinde birçok düzeyde biçim bulur. Kimi zaman geometrik şekiller bir kare, dikdörtgen (**Örnek 109**) ya da diyagonal (**Örnek 110**) bir hareketin içinde kimi zaman ise diğer görsel elemanlar (fotoğraf, resimleme gibi) iç içe bütünleştirilmiş olarak kullanılabilir. (**Örnek 111-112**) Tipografinin, geldiği noktalardan biri de, logolarla iletişim ortamında yerini alması ve kurum kimliğini tipografik boyutta yansıtmasıdır. (**Örnek 113**)

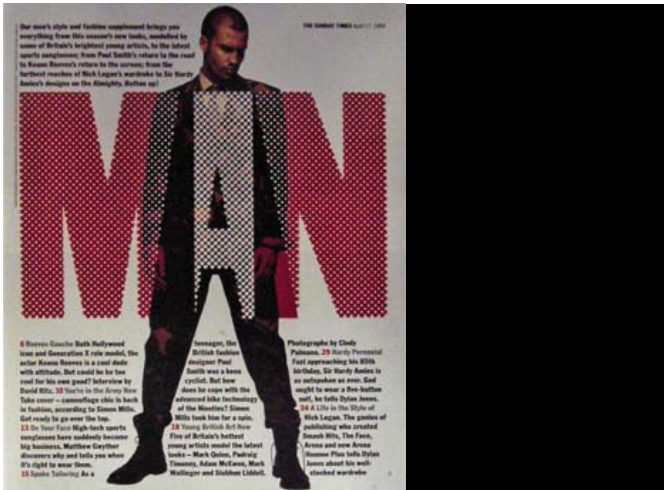


Örnek 109: *Zweek Dergisi* (1991) Tasarımcı: Daniela Haufe/ Detlef Fiedler



Örnek 110: *Sponge Dergisi* Tasarımcı: Adrian An

Örnek 111: *Zweek Dergisi* (1994)



Örnek 112: *The Sunday Times Dergisi* (1994)
Tasarımcı: Pedro SİLMON/Tony Chambers



Örnek 113: IBM logosu

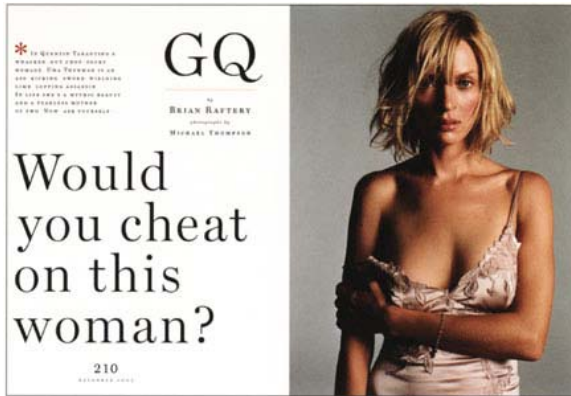
Tipografinin birbirini takip eden sayfalarda tek biçimde kullanımı tercih edilebilir. Burada amaç birbirine uygun sayfaların arka arkaya gelmesi ve okuyucunun dikkatini tasarıma değil de konuya çekme adına her sayfada belirli bir karakterle başlık ve yazının uygulanmasıdır. Örneğin yazı alanı ve bu alanla sayfa üzerinde kullanılan diğer görsel unsurlar arasındaki boşlukların her sayfada aynı tutulmasıyla bir bütünlük sağlanabilmektedir(Örnek 114-115). Sayfaların ayrı ayrı ele alınarak genel tutarlılığı bozmadan, tipografik seçimin içeriğe göre ve düzenlemenin görsel biçimlere göre tasarlanması gerekliliğinden yola çıkarak aşırı büyüklükte yazılar gibi farklı karakterde yazılar da kullanılabilir(Örnek 116-117).



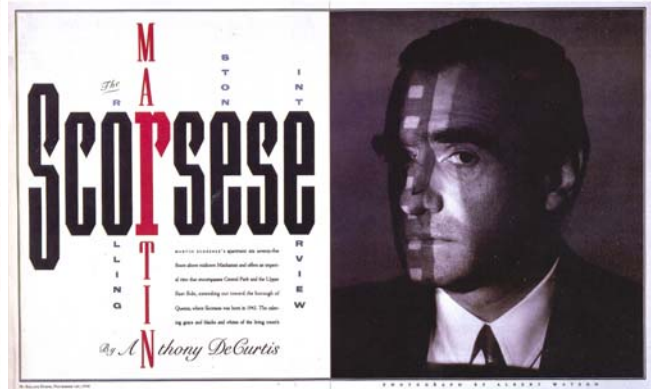
Örnek 114
The Journal Dergisi (1985-1987)
Tasarımcı: Sharon Tooley



Örnek 115
The Journal Dergisi (1985-1987) Tasarımcı: Sharon Tooley



Örnek 116: GQ Dergisi
Tasarımcı: Fred Woodward



Örnek 117: Rolling Stone Dergisi (1990)
Tasarımcı: Fred Woodward

“Bütün tipografik biçimlerin bir sayfa üstünde çift amaçlı varlığı söz konusudur; alfabetik iletişim amaçlı varlığı, ve(,) görsel biçim ve doku olarak varlığı. Bu sözcükleri okumayı ve biçimleri görmeyi kapsar.”⁹⁶ Sayfa üzerine kimi zaman boydan boya yerleştirilmiş, kimi zaman da en küçük birim halinde kullanılan yazı başlıkları okuyucuyu sarsmak ve etkilemek adına amaca bağlı kalınarak hazırlanan biçime dayalı uygulamalardır. Amaç içeriği biçime dönüştürürken hem dikkat çekmek hem de bir bütün olarak tasarıma kimlik kazandırmak olduğunda farklı çözüm önerileri de oluşturulabilir. Günümüzde görsel iletişim bombardımanı altında olan hedef kitlenin dikkatini çekme ve akılda kalıcı bir iz bırakabilmek için tipografinin dokusal etkisinden de yararlanılmaktadır. Sahip olduğu ve bir araya gelerek yarattığı anlamsal, kavramsal, biçimsel ve dokusal etki tasarım yüzeyinde belirli amaçlara göre düzenlenir. Bu amaçları belirleyen ise, içeriktir. Tasarımda mesajın içeriğiyle tipografik biçimin uyumu önem taşımaktadır. Duruşu, tavrıyla sözsözsel dilin tasarım yüzeyinde yansıyan yüzüdür tipografi. Tasarımcı “tasarımın tipografik çözümlemesine sıra geldiğinde, elindeki içeriği nasıl bir görsel tonaj, ciddiyet, samimiyet, inandırıcılık ve tarz vereceğine karar verir. Çoğu kez okunabilirlik ve görsel algılanabilme gibi tipografinin pragmatik işlevleri göz önünde olsa da, aslında tipografi tasarıma kimlik kazandıran önemli bir tasarım elemanıdır.”⁹⁷

“Önemli olan kullandığımız sözcükler değil, onları sergilemiş biçimimizdir. Yazılı iletişimin ilk mesajı dizginin biçimsel özellikleridir. Harf karakterlerinin, harflerin kalınlığının, boyutlarının ve pozisyonlarının seçimi herhangi bir bilgi veya anti bilgi parçasına verilecek duygusal tepkiyi belirler. Tipografi dikkatimize hükmeder. Gerçeğe meydan okur. Sözcüğü mantık sınırlarının ötesine fırlatır... İnsan ruhunu okşar, çileden

⁹⁶“Print” Dergisi, (Ocak 1995, Sayı 69) Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, “Okunaksızlık Modası”, İstanbul; Grafikerler Meslek Kuruluşu

⁹⁷ Uçar, Tevfik Fikret. (2004) *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, s. 106

çıkartır veya telaşa verir.”⁹⁸ Metinle görsel unsur arasındaki biçim, boyut, doku ve yer farklılığı okuyucunun ilgisini artırır, dikkatini çeker ve tasarımı rutin yapıdan kurtarır, tasarıma kişilik kazandırır.

⁹⁸“Print” Dergisi, (Ocak 1990, Sayı 31) Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, “*Tasarımda Acil Başkaldırı*”, İstanbul; Grafikerler Meslek Kuruluşu

V.BÖLÜM

BİR DERGİ UYGULAMASI

V.1. Blues ve Caz İçerikli Bir Derginin Görsel Kimlik Tasarımı

V.1.1. Blues ve Caz Müziği

Amerika kıtasında doğan bir müzik türü olan Blues'un kökleri Afrika'ya dayanmaktadır. "1800'lerin sonunda Afrika'dan kopartılarak başka kıtalara köle olarak getirilen topluluklar, bundan sonraki yaşamlarının devamında bir de kökenleri etnik öğelere dayanan müzik türü oluşturdu. "Blues" adı verilen bu müzik geniş bir zenci kitlesi tarafından üretilip yorumlanmaya başladı."⁹⁹ Blues geniş kitlelere yayılırken birçok müzik türünü de etkilemesi kaçınılmaz bir sonuç olmuştur. Jazz, Bluesgrass, Rhythm And Blues, Hip Hop, Country gibi bir çok müzik türü blues'dan etkilenmiştir.

Blues İngilizce de hüznün anlamına gelmektedir. Siyahların yaşamlarındaki hüznünden doğan müzik aslında insanı ağlatan ve hüzne sürükleyen bir müzik değildir. Tam tersi olarak en hüzünlü konular dahi hayatın bir oyunu olarak anlatılmakta ve yaşam sevinci vurgulanmaktadır. Tarlalarda işçi köleler çalışırken bir yandan hep bir ağızdan şarkı söylemesiyle doğan bu müzik türünün sözleri ise özellikle seçilmiş, özgürlüğü, birliği, beraberliği ve ümidi aşıl原因, haksızlıkları sorgulayan sözlerdir. Blues aslında hüzne ve acıya karşı bir duruştur.

Blues, müzik türü olarak en çok ritim özellikleriyle dikkat çekmektedir. Modern Blues, Afrika kökenlerinin yanında çok güçlü bir etkileşime uğramış ve pek çok müzikten kalıntılar barındırır hale gelmiştir. Bununla birlikte pek çok farklı müzik türünün

⁹⁹ <http://rockmuzik.blogcu.com/556562/> (2006)

çıkmasına neden olmuştur. Blues farklılaşırken pek çok türü de değiştirmiştir. Buradan hareketle denilmektedir ki, modern müzik köklerini Bluesdan almıştır. Blues söyleyen zencilerin köleliklerinden sıyrılarak özgürlüklerini kazanmaya başladıkları yıllarda enstrümanlarla tanışmışlar ve böylelikle müziklerini eğlence müziği haline getirmişlerdir. Bu döneme kadar zenciler çeşitli formlarda blues yapmışlardır. Temelde blues kökü eğitime dayalı entelektüel bir müzik değildir. Bu durum zencilerin klasik müzik enstrümanları ile tanışmasına kadar sürmüştür. Zencilerin klasik müzik enstrümanları ile tanışması, kısmen entelektüel bir tarza yönlendiği bir müzik türünü çıkarmıştır. Bu da cazdır.

“Caz müziği 1880'lerde New Orleans'ta gelişmeye başladı ve 1920'lerin başında New York, Los Angeles ve Chicago'da yapılan kayıtlarla son şeklini aldı.”¹⁰⁰ Blues müziğinde olduğu gibi melodilerin ve akorların eşliğinde simgesel olarak özgürlüğe kavuşma çabaları cazın ortaya çıkışında önemli etkenlerden biridir. Bu etki bugün doğaçlama olarak adlandırılan tavra öncülük etmiştir. Bilindiği üzere blues müziği bu ortaya çıkışta en önemli kaynak olmuştur. Afrikalı köleler Amerika'ya getirildikleri zaman yanlarına müzik aletlerini almalarına izin verilememesine müzikal duyguları ve gelenekleri sayesinde nesilden nesile müziklerini aktarabilmelerine engel olmamıştır.

19. yüzyılda caz, New Orleans'ta siyah işçi kesimin kulaktan dolma ve doğaçlama olarak yaptıkları müziktir. Sokaklardan başlayan bu müzik herkes tarafından beğeni kazanmaya başlayınca artık her yerde kendisini göstermiştir. Artık insanlar cazla hüzünlenip cazla sevinmeyi ve bir hayat tarzı haline getirmiştir.

¹⁰⁰ [http://www.cazci.com/caztarih.php?style=cazgirisi\(2006\)](http://www.cazci.com/caztarih.php?style=cazgirisi(2006))

Caz doğrudan orkestra müziğinden etkilenmiştir. Bugün yapılan caz müziğinin aksine; ilk dönemlerde insanlar cazı, sadece dinlemek için değil, dans etmek için de tercih ediyorlardı. Caz temelde enstrümantal bir müziktir. Cazın dinleyicisi belirli bir uzmanlık seviyesindedir. Cazda doğaçlama önemlidir.

Caz müziğinde doğaçlama, müziğin en önemli unsurudur ve sadece şimdiki Avrupa müziğinde azda olsa kullanılmaktadır. Müzisyenler yaratıcılıklarını baştan sona kadar devam eden tek bir sesle, zamanla, perdeyle ve müziğin başındaki ve sonundaki tınıyla oynayarak ortaya koyarlar. “Doğaçlama sırasında müzisyenler, melodilerin ritimleriyle oynarlar, vuruşlar biraz daha erken veya geç başlatılır veya vurulan bir nota bir kere yerine birden fazla çalınabilir.”¹⁰¹ Bir nota başlatılır sonra yumuşatılır, sonra tekrar beklenmeyen bir ses artışıyla yükselbilmektedir.

Caz müziği içinde yeni akımlarını yaratarak günümüze ulaşmıştır. Müziklerde rahatlık hissi ve çok sıkı olmayan bir ritim anlayışını katan müzisyenler yeni bir akım olan *Swing* dönemini başlatmıştır. 1949 ve 1950’lerde yumuşak ve takip etmesi daha kolay olan bir caz türü olarak da *Cool Caz* ortaya çıkmıştır. 1950’lerde ise teknik ustalık ve agresif yapıya sahip, müziğin tonu daha ağır, karanlık ve sert yapıya sahip olan *Hard Bop* akımı oluşmuştur. Melodik olarak blues müziğine daha yakındır. 60’lı ve 70’li yıllarda *Free Caz* dönemi başlamıştır. Sıra dışı doğaçlama yaklaşımları içerisindeki bu dönem, müzisyenleri önceden belirlenmiş yapıyı müziklerinde hayata geçirmekten kaçınmışlardır. “Free Jazz sanatçıları doğaçlamaları sırasında önceden belirlenmiş akorlar/akor değişimleri ile kısıtlanmak istemiyorlardı. Akorları ortadan kaldırarak kendi istedikleri serbest yani "free"

¹⁰¹ [http://www.cazci.com/caztarih.php?style=cazgirisi\(2006\)](http://www.cazci.com/caztarih.php?style=cazgirisi(2006))

doğaçlamaya kavuşuyorlardı.”¹⁰² Değişik türleri birleştiren 1970’li yıllarda çıkan *Jazz - Rock Fusion* akımıdır. Aslında müzik türü olarak Caz, Rock ve Funk arasında farklılık taşır. Çünkü cazdaki ritm duygusu, esnekliği ve rahatlığı vurgularken rock türünde yoğun ve sert bir yapı esastır. Ayrıca cazda daha akustik enstrümanlar tercih edilir. Ses yükseltici sistemler tercih edilmez. Ses seviyesi genellikle yüksek olmayan ve değişimleri barındırmayan bir akım olarak ortaya çıkan 1980’lerdeki dönem New Age olarak adlandırılmaktadır. En son olarak *Smoot Caz*’da ise daha rafine ve ses seviyesi düşük bir funk müziktir. Stilize doğaçlamanın olduğu bu müzikte ana cazın yoğunluğu yoktur. Kulağa hoş gelen bu müziği dinlemesi rahattır. 1987 yılında kimyasal madde alan insanlara eşlik etme amacıyla ortaya çıkan bu müzik türü *Acid Caz* olarak adlandırılmıştır.

V.1.2. Dergi Formatının (Boyutunun) Belirlenmesi

Dergi yatay dikdörtgen biçimindedir. Kapalı olarak 26x22 cm ölçülerindedir. Sayfaları açık olduğunda 52x22 cm olmaktadır.

Belirlenen ölçü kağıt normlarına uygun olarak baskı en az fire verilmesi dikkate alınarak belirlenmiştir. Blues ve caz içerikli bir derginin, bu müziğin eşitlik özlemiyle yaşayan kölelerin kendilerini simgesel anlamda özgürlüğe ve diğer insanlarla eşit haklara sahip olma hayallerini ifade edebildikleri tek yöntemleri olan müzikleri ve ritimleridir. Bu özelliklerden hareket edilerek müzikte yakalanmaya çalışılan özgürlüğün dergi formatında dikdörtgene yakın bir ölçü belirlemenin doğru olacağı düşünülmüştür. Belirlenecek ölçünün, müziğin ritimsel devamlılığıyla ilişkilendirilmesi, derginin kapalı

¹⁰² [http://www.cazci.com/caztarih.php?style=freejazz\(2006\)](http://www.cazci.com/caztarih.php?style=freejazz(2006))

konumu kadar, açıldığı zaman oluşan ölçüsünün de dikkate alınmasını gerekli kılmıştır. Bu doğrultuda ölçüler 26x22 cm olarak belirlenmiştir. Dergi açık halinde 52x22 cm'lik dikdörtgen bir format oluşturmaktadır.

V.1.3. Dergi İsminin Belirlenmesi

Dergi ismi belirlenirken blues ve caz müziğinin tarihçesi incelenmiş, müziğin temel felsefesinden ve müziğin başlangıç noktasından yola çıkarak dergi ismi “blue-zz” olarak belirlenmiştir. Dergi isminde içerik olarak iki müzik türüne yer vermesiyle ilişkilendirilmesi amaçlanmıştır. Blues İngilizce olarak yazılmakta ve okunmaktadır. Okunuş olarak son çıkan iki ses “z” harfleridir. Bu durum logo ismi oluştururken dikkate alınmış ve logoda “jazz” kelimesinin son iki ‘z’ harfi kullanılmıştır. “blue-zz” yazısının fonetik yapısından hareket edilerek müzik içeriğine bir gönderme yapılması amaçlanmıştır.

Dergi içeriğinde iki farklı müzik türü olduğunun logo isminden de algılanması için ‘ – ’ işaretiyle ayırma özelliği eklenerek desteklenmiştir. Böylelikle içeriğin iki müzik türüne yönelik olduğunun dergi ismine de taşındığı söylenebilir. Sonuç olarak caz blues’dan zaman içerisinde ayrılmış bir müzik türüdür. Bu özellik bağlamında belirlenen seçenekler arasından “blue-zz” isimi üzerinde durulmuştur. Böylelikle, derginin içerik özelliği, dergi ismine yansıtılmıştır.

V.1.4. Dergi Logosunun Tasarımı

Görsel iletişimde biçim ve içerik ilişkisi bağlamında tipografinin kendi dilini yaratmaya başladığı ilk nokta olan logo için temel ölçüt seçilen karakterdir. Seçilen karakterin ya da yeniden tasarlanacak yazının belirleyici unsuru ise, dergi içeriği ve felsefesi ile uyumlu olmasıdır. Belirlenen dergi isminin tasarım aşamasında dergi isminin

logoda nasıl bir karakterle görselleştirilmesi gerektiği öncelikli olarak üzerinde durulan bir konudur. İsmi logo olarak nasıl görünmesi gerektiğine dair yazı karakterleri incelenmiştir.

(**Örnek 118**) Bu noktalardan hareket edilerek belirlenen karakter *Charles S'* olmuştur.

A B C D E F G
a b c d e f g

Örnek 118: Charles S. Yazı Karakteri

Tırnaklı, bold bir yazı karakteri üzerinde yapılan müdahalelerle oluşturulmuş *Charles S.* yazı karakteri, 'blue' yazısında kullanılmıştır. Yazı karakteri üzerinde rastgele oluşturma izlenimi yaratan biçimsel farklılık, blues müziğinin temel ritimsel yapısında olan doğaçlamaya gönderme yapmaktadır. Yazı üzerinde taşan lekeler ve harfin belirli yerlerinde görülen silinmelerle oluşturulan parçalanma hissi özgürlük umutlarını, mücadelelerini, yaşam koşullarını haykırış biçimleri olan müziklerinin yarattığı farklılığa ve hüznü karşı duruşlarını ifade etmektedir. Bu müziği ilk olarak yapan insanların tek farkı ten renkleridir. Onları diğer insanlardan ayıran bu özellik nedeniyle maruz kaldıkları hayatları sürekli mücadele ve yokluk içinde geçmiştir. Yazının biçiminde meydana gelen keskin ve bazı yerlerde yumuşak geçişler, Afrikalı kölelerin yaşamak zorunda bırakıldıkları hayat koşullarına karşı direnişlerine bu insanların müzikleriyle umutlarını, mutluluklarını, heyecanlarını haykırışları ve hatta tek eğlenceleri olan bu müzikleriyle var oluş çabalarına gönderme yapmaktır. Kölelerin müzikleriyle yarattıkları aykırılıklarını ve özgürlük umutlarını kendi içinde belirli bir düzen hissi yaratmayan düz bir karakter yerine,

biçim olarak girintileri ve çıkıntıları olan kimi yerde sert kimi yerde yumuşak geçişlere sahip bir karakter kullanımıyla verilmesi amaçlanmıştır.

Blues kendi içinde ritim olarak çeşitlilik barındırmış ve her ne kadar ilk başlarda belirli bir notaya bağlı kalmadan oluşsa da zamanla birçok müzik aleti kullanılmıştır. Zamanla klasik müzik aletleriyle tanışan bu müzik kendi içinden sıyrılarak “caz” müziğini yaratmıştır. Bu müzik daha entelektüel bir kesime hitap etmektedir. Caz müziğine -her ne kadar doğaçlamayı temelde taşısa da- nota girmiştir. Bu nedenle müziğin sistemli bir yapıya dönüşünü verebilmek için “zz” harflerinde yazı karakteri olarak tırnaksız düz bir yapı etkisi veren “*DdaftT-lowercase*” seçilmiştir. Seçilen karakter üzerinde yapılan müdahaleler sonucu, yazı karakteri biçiminde belirli noktalarda genişleyip darlaşmaya başlayan bir hareket verilmiştir. Caz ne kadar notalara bağlı kalsa da Blues’un asıl ritmini ve doğaçlamasını halen taşıması, “zz” harflerinin hareketli ve dinamik yerleşimiyle verildiği söylenebilir. **(Uygulama 1)**

Logoda yazı karakterine verilen renklendirmeler dışında doku görülmektedir. Bu dokunun kullanımındaki amaç, blues müziğinin çıkış yeri olan tarlalarda çalışan köle işçilere gönderme yapmaktır. Kuru bitki dallarının bir araya getirilmesiyle kurgulanan doku bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Bitki dokusu “blue” yazısının sonuna doğru hem renklenmekte hem de değişim göstermektedir. Yukarıdaki bilgilerde söylendiği gibi blues birçok müzik türünün temeli sayılmaktadır. Bu nedenle çeşitli ritimleri barındırmıştır. Ayrıca farklı yönlerden etkilenecek bir değişim yaşamıştır. Bu değişim “blues” yazısında kullanılan dokunun renginde bilgisayar ortamının verdiği olanaklar sayesinde doğallıktan çıkaran renkler kullanılmıştır.

Tasarlanan logoda iki müziğin özellikleri ve logonun kullanım alanı olan derginin felsefesi vurgulanmaktadır.

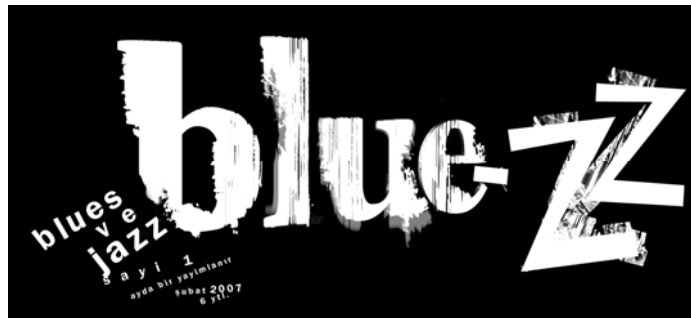
Logonun tasarımının gerekliliğine göre her türlü zemin rengine ve grafik malzemede kullanımına bağımlı olması nedeniyle tek renk kullanımı da söz konusu olabilmektedir. Uygulamalarda logonun işlevselliğinin sağlanması amacıyla negatif ve pozitif olarak görünüm kazandırılabilir. (Uygulama 2-3)



Uygulama 1: Blue-zz dergisinin logo tasarımı



Uygulama 2: Logonun pozitif tek renk uygulanması



Uygulama 3: Logonun negatif tek renk uygulanması

Dergi hakkında okuyucunun edinmek istediği bilgiler olan, dergi türü, tarihi, kaçınıcı sayı ve hangi aya ait olduğuna dair olan bilgilerin kullanımı tasarıma yerleşim biçimiyle dahil edilmiştir. Blue yazısının “b” harfinde var olan düz ve yumuşak girinti çıkıntılarının yarattığı parçalanma duygusu bilgi taşıyan yazılara verilen hareketle hem müzik türüne hem de logonun önemli bir parçası haline getirmektedir.

V.1.5. Dergi Kapağı Tasarımı

İki kapak olarak tasarlanan derginin bir tarafı blues müziği diğer tarafı ise caz müziğine aittir. Dergi için iki ayrı kapak tasarımı yapılmıştır.

Blues müziğinin yaratıcıları Afrikalı köleler, özgürlük umutlarını, yaşam sevinçlerini, özgür bir insanın yapmak isteyebileceği her şeyi, müziklerini söyledikleri zamanlarda hissedebilme olanağı bulmaktadır. Kendi duygularını ifade ederken engellenmeyerek müziklerinde kısa da olsa özgürlük duygusunu tadabilmektedirler. Bir günlük ömrü olan kelebekler, hayatta kaldıkları bu kısa zaman içerisinde yapabilecekleri birçok şeyi o bir günlük süreye sığdırmaya çalışırlar. Bu nedenle özgürlüğü bu bağlamda kavramsal boyutta taşıyan bir simge haline gelmiş olan kelebek şekliyle ilişkilendirilen blues müziği, bu alanda önemli izler bırakmış ve günümüzde de bu mirası sürdüren sanatçı isimlerinden meydana getirilmiştir(**Uygulama 4**). Müzik özelliklerinin ve içeriğinin biçime taşınması noktasında tipografiden yararlanılmıştır. Görsel bir imge yaratırken anlatılmak istenen dışına çıkılmadan tipografik bir dil yaratılmıştır. Bu dil, derginin diğer konusu olan caz müziğinin kapağı için de kullanılmıştır. Caz müziğinin simgesi haline gelen saksafon enstrümanı yine bu müziğin önemli isimleriyle biçimlendirilmiş; iki kapak arasında görsel bütünlük sağlanmıştır. (**Uygulama 5**)



Uygulama 4: Blue-zz dergisinin blues bölümü için kapak tasarımı



Uygulama 5: Blue-zz dergisinin blues bölümü için kapak tasarımı

V.1.6. Dergi Sayfa Tasarımı

Derginin blues ve jazz bölümleri, konuların işleyişi bakımından aynı sırayı takip etmektedir. Dergi sayfalarında ilk olarak kapak içinde ilana yer verilmektedir. Derginin birinci sayfasında ise, dergi editörünün yazısı yer almaktadır (Uygulama 6-7).

blue-z

İzmirliye sokağı
medya yansınış İtD. 911. adana
bahriye karaduman

genel müdür
hakan karaduman

yönetim kurulu üyeleri
abu dagan

genel yayın yönetmeni
bahriye karaduman

art direktör
bahriye karaduman

yayın koordinatörü
abu dagan

yazın işleri müdürü
bahriye karaduman

editörler
saliha çavlık
bahriye karaduman

reklam koordinatörü
ayşe çavlık
çağatay bayrak
tevfik ışık

Muone-oz, medya yansınış İtD. 911.
ürünler, yazın, fotoğraf ve
İllustrasyonların tüm hakları
blue-z dergisine aittir

hakkı çelik
tüm hakları yaygın san. tic. a. ş.
n-5 karayolu üzeri 32253
merkez merkezi

bu dergi basın mensuk İhtisallerine
uygunuz taahhüt ederiz
yayın türü: yerel süreli yayın

editör

Merhaba,

İkiler her zaman özeldir; ama biz her an bu özeli size hissettirmek istiyoruz, tıpkı bu sayımızda olduğu gibi bütün sayılarımızda da, bu ilk günün heyecanını hiç aksilmeden birlikte paylaşabilmek hedefimiz olacak.

Dergimiz içerik olarak blues ve jazz müziği olacağından, biz eşgel olsak dahi bu heyecana... Müziğin coşkusunu bizimle her sayımızda ru-hunazun derinliklerinde hissedeceksiniz.

Tıpkı blues'un Afrikenen tozlu taşlı tarlanından doğup, bir süre sonra klasik müziğin enstrümanlarıyla tanışarak, "baska bir müzik türü" olan jazz'ın ortaya çıkışını sağlaması gibi, bizlerde her sayımızda sizin görüşlerinizle eleştirilerimizle yeniden doğup, yesereceğiz.

Pek çok müzik türünün oluşumuna, gelişimine katkıda bulunan bu müzik türü; kendine has müzikal doğaçlaması ve müziğin keyfine bizleride davet eden coşkusuyla ruhünüzü derinden sarsacak.

Bununla beraber, dergimizin tasarımıyla da müziğin felsefesini, coşkusunu, ritmini, duygusunu, biçim olarak okuyucuya İletabilen görsel bir kimliğe sahip olması amaçlanmıştır.

Müzik hayatın bir parçası olduğuna göre, sizlerle beraber hayata daha sıkı tutunabilmek dileğiyle.....

Uygulama 6: Blue-zz dergisinin blues bölümü editor sayfası tasarımı



Uygulama 7: Blue-zz dergisinin caz bölümü editor sayfası tasarımı

Editor sayfası dergi künyesinin ve editorün yazısının bulunduğu bölümdür. Dergi künyesinde ve editor yazısında, her iki bölümün kapak renkleri kullanılarak bütünlük yakalanması amaçlanmıştır. Her iki sayfada editor yazısında benzer metin düzenlemesi olmasına karşın, küçük yön farklılıkları yakalanarak düzenlemeler birbirinden ayrılması sağlanmıştır. Editor sayfası derginin amaçları, birbirine akraba olan iki müzik türünün bir arada okuyucuya sunulmasındaki amaçların dile getirildiği bir alan olmasıdır. Derginin genel bütünlüğünü bozmadan yazı düzenlemesi yapılmıştır. Kapak biçimlerinin sayfayı kaplaması ve küçük sembol yerleşimi, iki bölümü birbirinden ayıran bir unsur olmuştur.

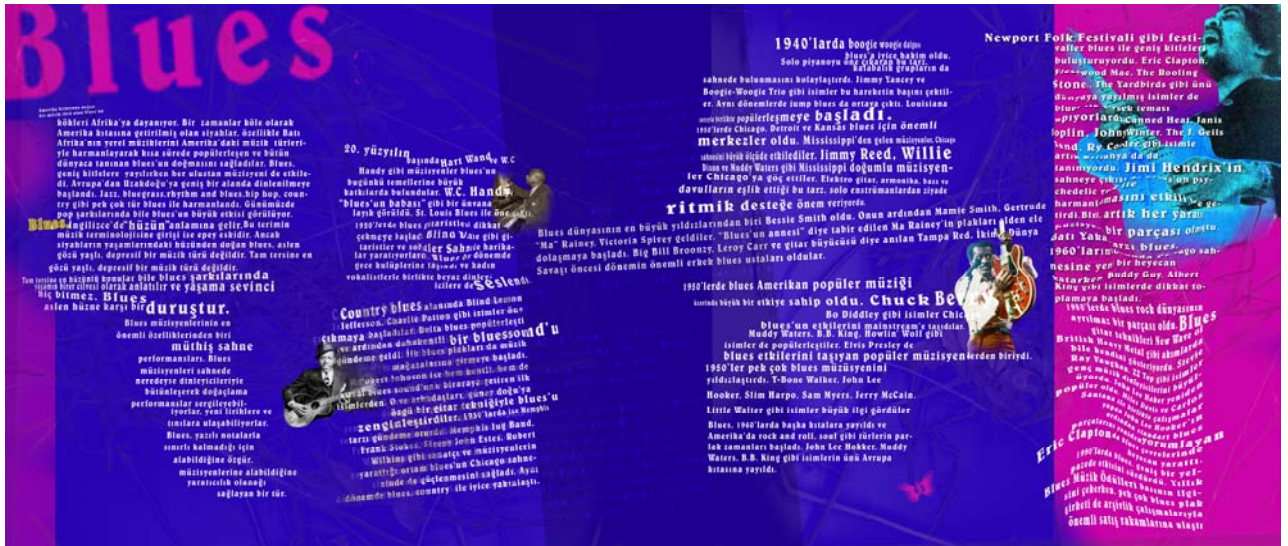
İçindekiler sayfası, okuyucuyu dergi içinde yönlendiren en önemli sayfalardan biridir. Okuyucu bu sayfa yardımıyla dergi için hangi konuların yer aldığını ve hangi sayfalarda veya bölümde olduğu bilgisine ulaşır. Bu doğrultuda okuyucunun istediği sayfaya ulaşması kolaylaşır. İletişimin en önemli parçalarından biri olan içindekiler sayfasında, sayfa numaraları daha da öne çıkarılmıştır. Sayfa numaralarının biçimiyle sınırlandırılan ilgili sayfanın bir ayrıntısı yer almaktadır. Okuyucu numaranın bulunduğu sayfayı açtığı anda, o ayrıntı sayfa içinde karşısına çıkacaktır. Burada tipografi, sadece yönlendirici bilgi verme işlevinin dışında tasarıma dahil edilerek ait olduğu sayfayla ilişkilendirilmesinde işlevsel bir görev daha kazanmıştır. Blues müziği, ritmiyle dinleyiciyi müziğin içine çekmektedir. İçindekiler sayfasında tipografinin kullanımı, biçim olarak dikkat çekici bir nitelik kazanırken dergiye ait bir kimlik de yaratmış olmaktadır(**Uygulama 8**).

Dergi sayfa numaraları ise her bölümün kapak tasarımında yer alan biçim üzerine yerleştirilmiştir. Blues bölümünde her sayfaya uygun olarak renklendirilen kelebek biçimi üzerine ilgili sayfanın her iki numarası yazılmıştır. Böylelikle okuyucunun hangi sayfada olduğunu aynı anda görebilmesi sağlanmıştır. Benzer durum caz bölümü içinde uygulanmıştır. Saksafon biçimi üzerinde ilgili sayfanın numarası yer almaktadır. Dergi içeriğinin sayfa numaralarına her sayfada farklı yerde okuyucu karşısına çıkmasıyla verilmek istenmiştir. Örneğin bir sayfada sol tarafta metin üzerindeyken, diğer sayfalarda sağda metin ortasında yer alabilmektedir. Her iki müziğin hareketli, dinamik ve yeri geldiğinde durağan yapısına uyum sağlanmasına sayfa numaraları da dahil edilmiştir. Böylelikle müziğin içeriği, sayfanın en küçük tipografik birimine taşınarak, dergi için kimlik yaratmaktadır

Dergide blues müziğinin tarihçesi üçüncü ve dördüncü sayfasında yer almaktadır(**Uygulama 9**). İlk olarak sayfa da blues müziğinin özelliklerini ifade edecek yazı karakteri belirlenmiştir. Bu yazı karakteri *Belwe Cn BT* 'dir. Belirlenen yazı karakteri, konunun bir tarihçe olduğuna dair göndermesi olan hem de müziğin özelliklerini biçimiyle ilişkilendirebilecek niteliktedir. Müziğin içerikle uyumluluğu tipografiye taşınmıştır. Müziğin felsefesine bağlı kalınan tipografide belirli bir temel bloklamalar içinde kendi ritmini yaratma doğrultusunda tasarlanmıştır. Bazı yerlerde belirli bir düzen takip eden yazıda, yönün değişerek genel bütünlüğe zarar vermeden kendi içinde müziğin özelliklerini taşıyan dinamik bir etki yaratmıştır. Blues tarihinin önemli isimlerinin konser performansları sırasında çekilmiş fotoğrafları dekode edilerek sayfa üzerinde ilgili oldukları yazının yanına yerleştirilmiştir. Belirli bir mekan olmadan kullanılan fotoğraflarla sanatçıyı enstrümanı ile öne çıkarıp tipografiye bu yönleriyle dahil etmek amaçlanmıştır. Ayrıca mekandan ayrılan müzisyenlerin hareketleri belirginleştiği düşünülmüştür.



Uygulama 8: Blue-zz dergisinin blues bölümü için içindekiler sayfası tasarımı.



Uygulama 9: Blue-zz dergisinin blues bölümünde yer alan tarihçe sayfası tasarımı.

Blues dergisinin bu ilk sayısında yer alan sanatçılardan ilk olarak belirlenen Buckwheat Zydeco'ya altı sayfa yer verilmiştir. İlk iki sayfa sanatçı ile ilgili yazının yer aldığı sayfalara giriş olma niteliğindedir. Sanatçı günümüzde Zydeco'nun büyük kitlelere tanıtan en önemli ilk temsilcisi sayılmaktadır. "Zydeco'nun bayrağını devralan Buckwheat, trompet ve synthesizer'la çeşitlendirdiği rock ve R&B'yi, geleneksel ve modern Zydeco

tınlarıyla başarıyla buluşturuyor.”¹⁰³ Konserlerinde sergilediği performanslarında akordeonunu canlı ritimler ve nefesli enstrümanlarla destekleyerek coşkulu bir müzik yaratmaktadır. Sanatçının bu özellikleri sayfa tasarımında tipografiye taşınmıştır. Sanatçı hakkında edinilen bilgiler ve blues müziğinin temel yapısı doğrultusunda giriş sayfasında öncelikli olarak sanatçıyı tanımlayıcı bir cümle makaleden seçilmiştir. Okuyucu bir giriş sayfası ile karşı karşı kaldığını algılaması için tezimizin gerektirdiği ölçüde tipografinin biçimsel yapısından yararlanılmıştır. Sanatçıyı tanımlayan cümlenin görsel ifadesi, okuyucuya karşı karşıya kalacağı diğer sayfalar hakkında ipucu taşıyıcı niteliktedir. Giriş sayfası bir bütün olarak iki sayfa düşünülmüştür. Tipografi, bu iki sayfanın aynı anda algılanmasını gerekli kılacak biçimde yerleştirilmiştir. Ayrıca sanatçının konserlerinde müziğiyle, tüm sahneyi ve seyirciyi kaplaması gibi özellikleri ile yazı boyutu ilişkilendirilmiştir. Yazı karakteri, sanatçının yaptığı müziğin temel yapısını taşıyacak hem de müziğini yansıtabilmesi yönünde araştırılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda en uygun karakterin *Belcent Subcap Bt* olduğuna karar verilmiştir. Yazı düz tırnaklı kalın bir karakterdir. Sayfa üzerinde kendisini okutturan lekesel bir ağırlığa sahiptir.

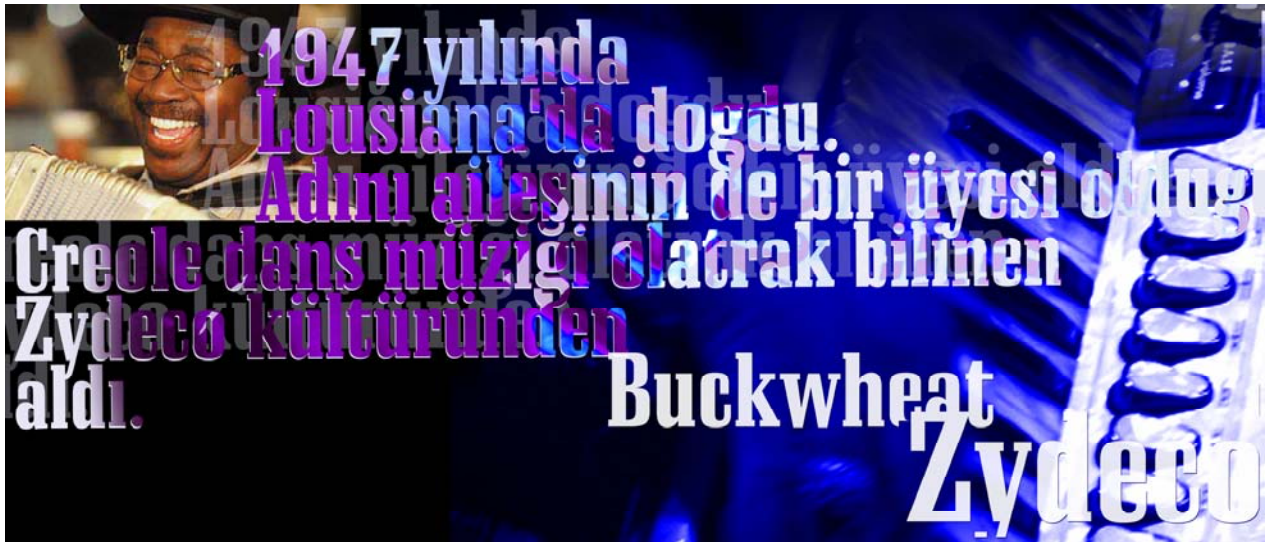
Sağ sayfanın zemininde sayfadan taşan resim, sanatçının kullandığı enstrümanına gönderme yapmakta olan bir ayrıntıdır. Müzik enstrümanının renginin mavi olarak değiştirilmesinde amaç, blues müziğin rengine gönderme yapmaktır. Müzik enstrümanında hakim olan mavi renginin tonu yazıya da taşınarak zeminle ve fotoğrafla bütünleştirilmiştir. Okuyucunun sanatçıyı giriş sayfasında tanıması için, sanatçıya ait bir fotoğrafın tasarıma dahil edilmesinin doğru olacağı düşünülmüştür. Sayfa zemini siyah tercih edilmesinde blues müziğinin hüznün müziği gibi görünse de aslında bu müzik ritimleriyle coşkuyu, heyecanı, canlılığıyla dikkat çekmektedir.

¹⁰³ [http://www.babylon-ist.com/b2003/tr/arsiv/arsivDetay.asp?etk_id=1004\(2007\)](http://www.babylon-ist.com/b2003/tr/arsiv/arsivDetay.asp?etk_id=1004(2007))

Sanatçıya ait makalenin yer aldığı ilk sayfada sanatçının müzik anlayışını ve müziğinin genel yapısı tipografiye biçim olarak yansıtılmıştır. İçerikte yer alan bilgilerin görsel ritmi, okuyucunun makalenin içeriğiyle ilgili bilginin biçimsel olarak sayfa tasarımına taşınmıştır. Makaleler içeriği kadar, derginin genel anlamda blues müziğinin özelliklerinin biçimsel olarak ifadesi tipografiyle anlatım diline dönüştürülmesi amaçlanmıştır.

Yazı bloklamaları kendi içinde dinamik bir yapıya sahip olduğu kadar, diğer görsel biçimlerle aynı ilişkiyi devam ettirmekte ve bütün olarak ritim yaratmaktadır. Yazının sağdan soldan blok gibi temel yapısı içinde tasarımın da gerektirdiği ölçüde içerikle ilgili özellikler taşıyan yeni bloklamalar oluşturulmuştur. Satır başında belirli bir kelimenin daha büyük ve yerine sığmaz biçimde dışa doğru çıkış yapması hem sanatçı ve sanatçının müziğine gönderme yapmakta hem de vurgu yaratarak okuyucuyu metnin içine ilk anda biçimiyle çekmektedir. Amaç, yazı içeriğiyle birlikte sanatçının özelliklerinin biçim olarak vurgulanması olmuştur. Ayrıca kelimenin yazıdan kopartılarak büyütülmesi ve bulunduğu satırın hizasından farklı yerleşmesiyle sanatçının müziğinde yarattığı farklılıklarına gönderme yapılması amaçlanmıştır. Bu sayfa da yazı sol sayfadan başlayarak ikinci sayfaya kadar devam etmektedir. İki sayfanın renk, fotoğraf gibi diğer görsel öğeler dışında da birbirine bağlanabileceği, makale içeriğinden uzaklaşmadan tipografiyle verilmektedir. Satır aralarının merkezi bir noktaya doğru daralmakta olan bu yazı biçimiyle okuyucuyu ikinci sayfaya ve devamından gelecek yazılara yönlendirme amaçlanmıştır. Böylece sayfa tasarımlarında içeriğin biçime taşınması noktasında tipografi, etkili bir görsel kimlik yaratmakta ve okuyucu, iletişim ortamı olan sayfa içinde yönlendirilmektedir. Tipografinin oluşturduğu görsel ifade, ilk anda makale içeriği hakkında izlenim yaratabilmektedir.

Bu senenin blues festivalinde konuk sanatçı olarak yer alan Buckwheat Zydeco hakkında festivalle ilgili yazılara yer verilmiştir. Konser sahnesinde sergilediği performanslarında akordeonunu canlı ritimler ve nefesli enstrümanlarla destekleyerek coşkulu bir müzik yaratmakta olduğu bilgileri tasarımı yönlendirmiştir.(Uygulama 10) Sanatçının müziğindeki ritim ve hareket, yazıda belirli yerlerde beklenmedik hareket ve öne çıkan kelimelerle tipografi olarak verilmeye çalışılmıştır. Sahne performansındaki canlılığı ve seyirciye taşıdığı müziğin ritmini biçime dönüştüren tipografinin bir bütün olması, genel olarak sanatçının müziğine hakim olduğuna gönderme yapmaktadır (Uygulama 11-12).



Uygulama 10: Blue-zz dergisinin blues bölümünde Buckwheat Zydeco' ya ait sayfa tasarımı



Uygulama 11: Blue-zz dergisinin blues bölümünde Buckwheat Zydeco' ya ait sayfa tasarımı



Uygulama12: Blue-zz dergisinin blues bölümünde Buckwheat Zydeco' ya ait sayfa tasarımı

Derginin caz bölümü genel anlamda blues bölümüyle benzer nitelikler üzerine kuruludur. Bu iki müzik türü tarihsel süreç içerisinde incelendiğinde, birbiriyle bağlantılı olması 'benzerlik yaratılması' fikrini desteklemektedir. Çünkü caz, blues müziğinin zaman içerisinde klasik müzik enstrümanları ile tanışmasıyla ayrılan bir müziktir. Caz, içerik olarak notayı müziklerine dahil etmesiyle entelektüel kimliğe bürünerek farklılaşmıştır. Bluesdan ritimleri dışında aldığı en önemli özellik, doğaçlamayı kendi içinde halen

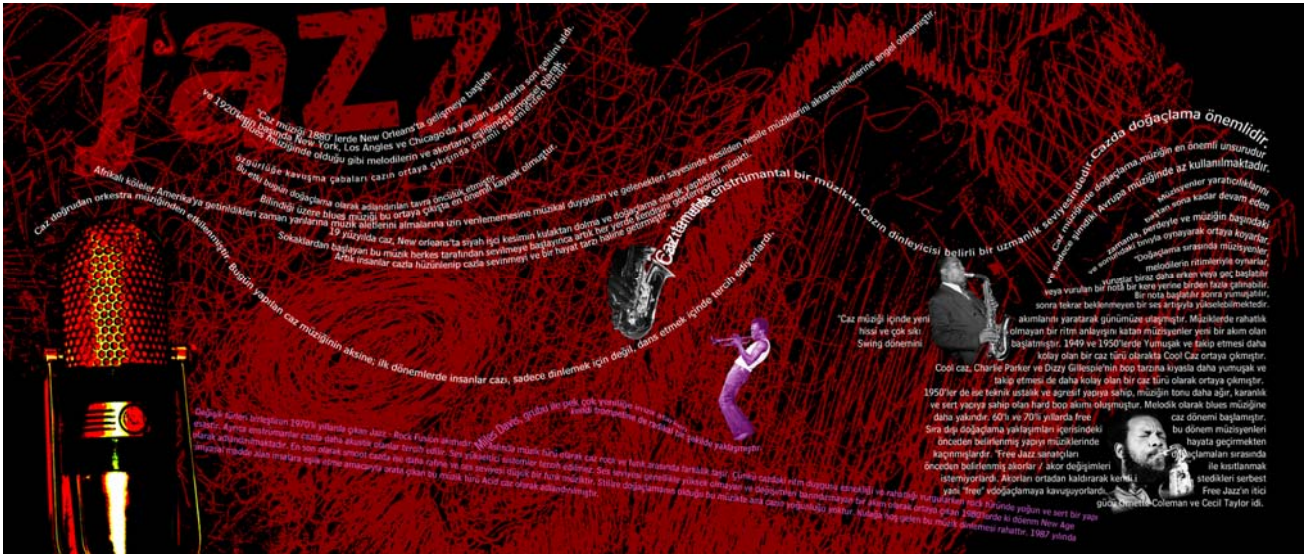
barındırmasıdır. Caz kendi içinde farklı dönemleri yaratsa da doğaçlama, farklı boyutlarda varlığını sürdürmüştür. Müzisyenler yaratıcılıklarını baştan sona kadar devam eden tek bir sesle, zamanla, perdeyle ve müziğin başındaki ve sonundaki tınıyla oynayarak ortaya koyarlar. Bu bilgiler doğrultusunda caz, blues bölümünün içindekiler sayfasıyla biçimsel olarak benzerlikler taşımaktadır. (Uygulama 13) Blues’ da sayfa içleri okuyucuya sayfa numaralarını niteleyen rakamlar içinde verilirken, caz bölümünde belirli bir düzen etkisi veren dikdörtgen ikinci sayfaya kadar devam etmektedir. Bu alan içerisinde sayfalarındaki



Uygulama 13: Blue-zz dergisinin jazz bölümü için içindekiler sayfası tasarımı

konuların tümü ya da belirli bir ayrıntısı verilmiştir. Bu sayfaların hemen üstünde ya da altında sayfa numarası rakam olarak o sayfayı nitelemektedir. Caz da müzisyen şarkının akışına göre kendi disiplini içerisinde doğaçlama yapar; bir anda öne çıkabilir. Sayfalar böylesi bir düzen etkisi veren dikdörtgene yerleştirilmiş ve ilgili sayfanın belirli bir bölümünün içerideki diğer bölümde taşma yapılarak görselleştirilmiştir. Konu başlıkları hem sayfa alanına hem de sayfa numarasına bloklanmıştır.

Caz tarihçesi, iki sayfa olarak düşünülmüştür. Caz simgesi haline gelen saksafon biçiminin müziğin özelliklerine –sanatçının yaptığı özgün doğaçlamaya-dayandırılarak iki sayfayı içine alan ölçüde kullanılmıştır. (Uygulama 14) Sayfa zemininde yer alan bu çalışma, biçim olarak caz müziğinin özellikle saksafonla yapılan doğaçlamanın özelliklerini biçim olarak destekleyici niteliktedir. Sayfa başlığı olan *jazz*, hem düzenleme hem de doku olarak zeminle ilişkilendirilmiştir. Biçimsel uyum, konu içeriğine de gönderme yapmaktadır. Cazın tarihsel süreç içerisinde kendi dönemleri ortaya çıkmıştır. Bu dönemler, müziğin içine yeni müzik anlayışlarını, yeni teknikleri ve yeni müzik aletlerinin de girmesini kaçınılmaz kılmıştır. Farklı dönemlerle bağlı olarak yapılan caz müziği, kimi zaman doğaçlamayı öne çıkarırken kimi zaman notalara bağlı bir müzik olmaktadır.



Uygulama 14: Blue-zz dergisinin jazz bölümü için jazz tarihçesi ile ilgili sayfa tasarımı

Bugün yapılan caz müziğinin aksine; cazın ilk dönemlerinde insanlar cazı yalnızca dinlemek için değil; dans etmek içinde tercih ediyorlardı. Bu müziğin vuruş formu ve ruhu dansçıların ilgisini çekiyordu. Erken caz dönemi müzisyenleri, repertuarlarını

dansçılara eşlik edecek şekilde düzenlerlerdi. Danstaki değişiklikler ve dansın genelde kazandığı popülerlik, cazın evriminde çok etkili olmuştur. Müzisyenler değişik kaynaklardan çıkan müzikleri bir araya getirmiştir. Çoğu zaman zorlayıcı ritimlerden uzak duran yaklaşım cazın temelini oluşturmuştur. Bu bağlamda caz müziğini dönemleri içinde taşıdığı özellikler doğrultusunda tarihçe metni düzenlenmiştir. Caz müziğinde enstrümanlar ve vokal vardır. Bu bilgilerle ilişkilendirme amacıyla eski ve ilk çıkan mikrofon biçimi, sayfanın başlangıcında kullanılmıştır. Cazın ritmi, kendi disiplini içinde yarattığı doğaçlaması ve dinamik yapısı yazının düzenlenmesine taşınmıştır. Makale, temel blokları dışında bir nitelik kazandırılarak bu müziğin ritim anlayışına gönderme yapmaktadır. Caz, daha fazla enstrüman kullanma imkanı bularak müziğini renklendirmektedir. Doğaçlama, blues müziğinde olduğu kadar özgür olmasa da -free caz döneminde temel amaç olmuştur. Caz müzisyeni sahnede enstrümanı ile gerekli doğaçlamalarını yapmaktadır. Elbette bu durum, her dönemde farklılık taşımaktadır. Makale metninin içine dönemlerin önemli isimlerinin konser sırasında çekilmiş fotoğrafları yer almaktadır. Sanatçılardan biri olan Miles Davis bilgilerinin yazıdan fırlayarak devam eden hareketli satır sahnede yaptığı farklı müzikle kendini gösteren sanatçının özellikleriyle ilişkilendirilmiş ve satır yönüne hareket kazandırmıştır. Fotoğrafın hemen altında devam eden yazının yarattığı hareketin figürle uyumu, tipografiyi bilgi ve mesaj vermenin yanında mekan etkisi vererek tasarıma hareket katmıştır. Müzisyen fotoğrafları blues müziğinin tarihçe sayfasında kullanıldığı gibi müzisyenler ait olduğu mekandan ayrılmıştır. Bunun nedeni, bu iki müzik türünün sanatçılarının aynı ritimlerden etkilenmiş olmaları, aynı amaçlarla müzik yapmaları ve aralarında bağlı olan ilişkidir.

Dergi, günümüz caz müzisyeni olan Diana Krall'ın sayfasıyla devam etmektedir.(Uygulama 15) Kanadalı caz vokalisti ve piyanisti olan Diana Kral gelenekselden

kopmamıştır. Deneysel öğelerden uzak duran sanatçı, ritimlerinde standartları tercih etmektedir. Sanatçı müziğiyle yormadan dinleyiciyi kadife sesiyle keyiflendirmektedir. Sağlam doğaçlamasıyla; melodinin hakkını vererek müziğinin hareketine hakimdir ve özgürdür. Bu bilgiler doğrultusunda, ilk olarak sanatçı hakkında bilginin verileceği metin için yazı karakteri belirlenmiştir. Sanatçının müziğine hakimiyeti ve kullandığı enstrümanı, sesinin yumuşaklığı, kontrollü doğaçlamaları, sayfa tasarımında biçimsel olarak ifade edilmeye çalışılmıştır. Sanatçının müziğine hakimiyeti, yazının sayfa üzerinde ağırlıklı yer kaplamasıyla ilişkilendirilmiştir. Sanatçı piyano ile vokali doğallıkla birleştirmektedir. Müziğinde sesini kullanırken üst tonlara yumuşak bir geçiş yapmaktadır.

Sanatçı makalesinin yer aldığı sayfada tipografi, derginin devam eden okuma yönüne göre dikey olarak hizalanmaktadır. (Uygulama 16) İki sayfayı kaplayan piyano tuşlarıyla yazı ilişkilendirilmiştir. Yazının sanatçının müziği ve enstrümanı ile ilgili olması nedeniyle müzik ritim hareketi, sanatçının kullandığı enstrümanı ile ilişkilendirilerek tipografide biçim bulması amaçlanmıştır. Genel düzenin dışına çıkan bu sayfada, tipografinin hareketi yönünde belirli noktalarda ve cümlelerde yaratılan dalgalanmalarla müziğin ve sanatçının yumuşak sesine gönderme yapmaktadır. Dolayısıyla içeriğin okuyucuya aktarılmasında ve aklında yer etmesi için tipografinin görsel anlatım dilinden yararlanılmıştır.



Uygulama 15: Blue-zz dergisinin jazz bölümü için Diana Krall için giriş sayfası tasarımı



Uygulama 16: Blue-zz dergisinin jazz bölümü için Diana Krall' ın makalesinin yer aldığı iç sayfa tasarımı

Sonuç

Tipografinin temel işlevi biçim olarak kavramsal boyutta var olan düşünce, bilgi ve anlamı iletmesidir. İçerikle tipografinin biçim olarak yakaladığı uyum, tasarımı meydana getirmekte ve o tasarıma ait kimlik yaratmaktadır. Grafik tasarım görsel iletişim yoluyla, belirli kitlelere ulaşmak için etkili ve doğru yolları kendi disiplini içerisinde çözüme ulaştırır. Görsel anlatım niteliklerine sahip olan tipografi, grafik tasarım alanında yeni bir gerçeklik bağlamında farklı anlatım yollarından biri olarak karşımıza çıkar. Bunlardan biri de basılı yayın alanlarından biri olan dergilerdir. Tipografi, dergiyi benzerlerinden ayıran özelliklerinin okuyucuda “hatırlanabilir” ve “tanımlanabilir” bir etki bırakmasında önemli bir tasarım disiplini olarak kullanılabilir.

Tez için yapılan araştırma içerisinde geçmişten günümüze dünyada ve Türkiye’de dergilerin görsel kimliğin önemsendiği tasarımlar görülmektedir. İncelenen bu örnekler doğrultusunda ve görsel kimlik üzerine yapılan araştırmalarda elde edilen bilgilere göre bir derginin isminin, formatının(ölçüsünün), kapağının, sayfa tasarımının ve temelde tipografinin görsel kimliğin taşıyıcıları olduğu belirlenmiştir.

Bu tez süresince yapılan araştırmalardan, dergi tasarımında tipografinin içerik ve biçim olarak, görsel kimliği oluşturmadaki güçlü etkisine verilen önemin yeterli düzeyde olmadığı yönünde bilgilere ulaşılmıştır. Ayrıca, dergilerde –çoğunlukla- tipografinin sadece logoda biçim ve içerik olarak irdelenerek bırakıldığı görülmektedir. Görsel kimliğin oluşumu, logo ile sınırlı kalmasına karşın dergi logolarında neredeyse birbirine benzer biçimlerin kullanımı söz konusudur. Bu durum, iç sayfalardaki başlık kullanımından, yazıların yerleşim biçimlerine kadar benzerlikler taşıyan sorunları beraberinde getirmiştir. Bu durum, derginin kendi özelliklerini ve felsefesini taşıyan bir kimliğinden söz edilebilmesini olanaksız kılmaktadır. Bu nedenle, dergi tasarımında görsel

kimlik yaratmak için tipografinin biçimsel yapısından faydalanmak, bir dergiyi benzerlerinden ayırt edici özellikler katması açısından son derece önemlidir.

KAYNAKÇA

Atalayer, Faruk. (1996) *Görsel Sanatlarda Estetik İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

Atabek, Ü. , Tuncel, S.H. , Kara, H. , Karaduman, M. , Halıcı, N. (2003) *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları

Bale, F. , Eymery, G. (1992) *Yeni Medyalar*, İstanbul: İletişim Yayınları

Bektaş, Dilek. (1992) *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Berger, John. (2004) *Görme Biçimleri*, İstanbul: Metis Yayınları

Bernard, Malcolm. (2002) *Sanat Tasarım ve Görsel Kültür*, Ankara: Ütopya Yayınları

Blackwell, Lewis. (1998) *20th Centry Type*, London: Lourence King Pupliching

Conover, E. Theodore. (1995) *Graphic Communications Today*, New York : West Publishing

Emir, İsmet Yazıcı (2003) *Kitle İletişiminde İmaj*, İstanbul: İm Yayın Tasarım

Erdoğan, İ. , Alemdar, K. (2005) *Öteki Kurum-Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*, Ankara: Erk yayınları

Foges, Chris. (1999), *Magazine Design*, RotoVision SA ;Distributed in Crans-Pres-Celi

Friedl, F. , Ott, N. , Stein, B. (1998) *Typography*, New York: Black Dog & Leventhal Publishers Inc.

Genç, Adem.(1990) *Görsel Algılama*, İzmir: Sergi Kitapevi

İnceoğlu, Metin. (1993) *Tutum-Algı-İletişim*, Ankara: Verso Yayınları

İstek, Ragıp. (2004) *Görsel İletişimde Sayfa Düzeni ve Tipografi*, İstanbul: Pusula Yayıncılık

Jean, Georges. (2004) *Yazı İnsanlığın Belleği*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Jobling, P. Crowley D. (1996) *Graphic Design, Reproduction and Representation since 1800* Manchester: Manchester University Press

Kabacalı, Alpay. (2000) *Türkiye’de Matbaa Basın ve Yayın*, İstanbul: Literatür Yayıncılık

K. Aktuğlu , Işıl. (2004) *Marka Yönetimi-Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler*, İstanbul: İletişim Yayınları

Moran, Berna. (2003) *Edebiyat Kuramları ve Eleştiri*, İstanbul: İletişim Yayınları

M., Kagan (1993) *Estetik ve Sanat Dersleri*, İstanbul: İmge Kitapevi Yayınları

Neville, Brody. (1988) *The Graphic language of Neville Brody*, London: Thames and Hudson

Oskay, Ünsal. (1992) *İletişimin ABC'si*, İstanbul: Simavi Yayınları

Okay, Ayla (2003) *Kurum Kimliği*, Ankara: MediaCat Yayınları

Sarıkavak, N. Kemal. (1997) *Tipografinin temelleri*, İstanbul: Doruk Yayınları

Sarıkayak, N.Kemal. (2004) *Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri*, İstanbul: Seçkin Yayıncılık

Tansuğ, Sezer (1980) *İnsan ve sanat*, İstanbul: Altın Kitaplar

Theodore E. Conover, (1995) *Graphic Communications Today*, New York: West Publishing

The Best in Cutting Edge Typography by Quarto Publishing plc. (1994)
London: Stafford Cliff

Tunalı, İsmail. (2002) *Sanat Ontolojisi*, İstanbul: İnkılapYayınevi

Tungate, Mark. (2005) *Medya Abideleri, Medya Dünyasının Büyük Markaları Nasıl Başarılı Oluyor, Nasıl Yaşıyor?*, İstanbul: Rota Yayınları

Tuncay, Ayşe Melis.(1998) *Dergi Tasarımı*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), MSÜ SBE

Türkoğlu, Nurçay. (2004) *Toplumsal İletişim: İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Tanımlar Kavramlar Tartışmalar*, İstanbul: Babil Yayınları

Uçar, Tevfik Fikret. (2004) *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, İstanbul: İnkılap Yayınevi

Yılmaz, M. Kemal, Tutar, Yrd. Doç. Dr. Hasan (2002) *Genel iletişim*, Ankara:

Nobel Yayınları

Özdemir, Muhammed. (Haziran 1992) *1980'lerde Türkiye' de Haftalık Haber Dergiciliği; Nokta Dergisi Örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) MÜ, SBE

Salı Toplantıları 92-93, (1993.) *Geçmişle Geleceği Arasında Kıvranan Sanat, Çağdaşlık Sorunları*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Sobacı, Selin. (2001) *İmaj Yenileyen Markalarda Görsel Kimlik Sorunu*,(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Hacettepe Üniversitesi, SBE

Tungate, Mark. (2004) *Marka Abideleri*, İstanbul : Rota Yayınları

Uztuğ, Ferruh. (2003) *Markan Kadar Konuş*, İstanbul : MediaCat

Zıllıoğlu, Merih. (2003) *İletişim Nedir?*, İstanbul: Cem Yayınevi

101 Dergi.(2001), *Dünden Bu Güne Türkiye'nin Dergileri*, İstanbul: Yapı

Kredi Yayınları

Word Graphic Design Now 5, (1998) Japan: Published by Kodansha

Ana Britannica, (1987), İstanbul: Ana Yayıncılık

Fricke, David. (2006) *Rolling Stone 1000. Özel Sayı eki*

Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar.(Ocak 1995, sayı 69), *Neville Brody*, İstanbul:

Grafikerler Meslek Kuruluşu.

Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar (1992, sayı 54) *Grafik Tarzlar*, İstanbul:

Grafikerler Meslek Kuruluşu

Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, (1995, sayı 69) *Okunaksızlık modası*, İstanbul:

Grafikerler Meslek Kuruluşu.

Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, (Temmuz 1995, sayı 9) *Neville Brody*,

İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.

Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar Ocak (1995, sayı 69) *Rudy Vanderlans*,
İstanbul: Grafikerler Meslek Kuruluşu.

Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, (Aralık 1991, sayı 50), *Modernizm*, İstanbul:
Grafikerler Meslek Kuruluşu

Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar (Ocak 1990, Sayı 31) *Tasarımda Acil
Başkaldırı*, İstanbul; Grafikerler Meslek Kuruluşu

Yap Boz Oyunu içgüdüğü Üzerine (2002) *Poul Rand Dedi ki*, Grafikerler
Meslek Kuruluşu,

(2006)<http://www.grafist.net/yazilar/umakale01.html>

(2006)<http://aejmcmagazine.bsu.edu/Testfolder/>

(2006)<http://www.megahs.com.tr/marka2/markamimarligi.htm>

(2006)www.stockton.edu/~gilmorew/0colhis/neng-892.htm

(2006)www.uttyl.edu/vbetts/godey_intro.htm

(2006)<http://art.nmu.edu/larson/isit/ladder/beardsley.html>

(2006)http://www.discoverczech.com/aproject/about/vir_fullsize.php4?tour=20

0&sight=pg&kteremisto=1

(2006)www.henniker.org.uk/html/oz2weirdo.htm

(2006)<http://aejmcmagazine.bsu.edu/Testfolder/>

(2006)<http://www.infoplease.com/ipea/A0154485.html>

(2006)http://www.billboard.com/bbcom/about_us/bbhistory.jsp

(6 Eylül 2006) www.uttyl.edu/vbetts/godey_intro.htm

(2006)<http://design.rit.edu/biographies/gha.html>

(2006)<http://www.izedebiyat.com/yazi.asp?id=47451>

- (2006)http://photoshopmagazin.com/general/content_details.asp?contID=1232
&cN=16
- (2006)<http://www.grafiturk.com/modules.php?name=News&file=article&sid=179>
- (2006)http://www.cs.arizona.edu/patterns/weaving/articles/SAMPLES/gdy_drs2.gif
- (2006)www.stockton.edu/~gilmorew/0colhis/neng-892.htm
- (2006)<http://www.victorianweb.org/decadence/yellowbook.html>
- (2006)<http://sdrc.lib.uiowa.edu/dada/merz/8/index.htm>
- (2006)<http://design.rit.edu/biographies/gha.html>
- (2006)<http://runwhiletrue.com/visualcom/readingimages/g6.html>
- (2006)<http://www.commarts.com/CA/feapion/brodovitch/>
- (2006)www.benitabrewer.com/class/history/review3_1.htm
- (2006)http://en.wikipedia.org/wiki/Art_Nouveau
- (2006)http://en.wikipedia.org/wiki/Rolling_Stone
- (2006)<http://cache.eb.com/eb/image?id=72720>
- (2006)<http://www.cazci.com>